



HAL
open science

La médiation de la vidéo en ligne gratuite en médiathèque de lecture publique

Émilie Delpech

► **To cite this version:**

Émilie Delpech. La médiation de la vidéo en ligne gratuite en médiathèque de lecture publique. domain_shs.info.docu. 2017. mem_01630400

HAL Id: mem_01630400

https://memic.ccsd.cnrs.fr/mem_01630400v1

Submitted on 7 Nov 2017

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial 4.0 International License



UFR SHA

Mention *Information-Communication*

Spécialité Documentation

Année universitaire 2016-2017

La médiation de la vidéo en ligne gratuite en médiathèque de lecture publique

Mémoire pour l'obtention du Master esDOC

Présenté par

Émilie Delpech

Le 27 septembre 2017

Sous la direction de

Monsieur David Guillemin
Université de Poitiers





UFR SHA

Mention *Information-Communication*

Spécialité Documentation

Année universitaire 2016-2017

La médiation de la vidéo en ligne gratuite en médiathèque de lecture publique

Mémoire pour l'obtention du Master esDOC

Présenté par

Émilie Delpech

Le 27 septembre 2017

Sous la direction de

Monsieur David Guillemin

Université de Poitiers



Je tiens à remercier en premier lieu Mr David Guillemain, mon directeur de mémoire, qui m'a guidée tout au long de la préparation et de la rédaction de ce travail.

Je remercie également les professionnels interrogés pour le temps qu'ils ont bien voulu me consacrer : Nihaya Serhan, Élise Ybled et Catherine Benod pour la médiathèque Blaise-Cendrars de Conflans-Sainte-Honorine ; Guénaëlle Slanoski pour la médiathèque de Bagnolet ; Sarah Doucet et Karl Verdot pour la médiathèque d'Orléans.

Dans l'équipe de l'association Images en Bibliothèques, j'exprime ma reconnaissance à Adèle Calzada, Justine Meignan et Marianne Palesse qui ont eu la gentillesse de répondre à mes questionnements.

Je remercie pour la même raison Emmanuelle Suné, négociatrice du réseau Carel.

Je présente mes remerciements les plus sincères aux personnes qui m'ont supportée, grâce à leur bienveillance ou leur humour (et il en a fallu beaucoup), pendant la rédaction de ce mémoire :

À la médiathèque Montaigne de Frontignan : Véronique Guyot, Fabrice Ballery qui m'a empêchée de me mettre en PLS devant les difficultés que j'ai rencontrées pendant mon stage ; Cyril Geneys qui m'a fait découvrir la réalité virtuelle, et toute l'équipe.

À la médiathèque Federico Fellini de Montpellier : Arnaud Belbeoc'h, Simon Dufour-Loriolle, Yann Frappereau, Brigitte Barbera (ma cousine !), Sylvia Hammer, Philippe Couvert, Xavier Harmand pour les parties endiablées de Street Fighter V, Pascal Fontaine pour les discussions sur les jeux de rôle et Nicolas De Zeeuw pour les fous rires.

J'offre ma gratitude éternelle à la promo des M2 et spécialement les BG : Coralie Chapuis, Solenn Fossey, Lisa Houadef, Agathe Loubes, Cerise Schwaller et Téo Artis. Merci pour tout, les enfants ! Sans vous, Poitiers n'aurait été qu'une coquille vide.

De même pour la promo des M1 esDOC du cru 2016-2017 et spécialement la team Bro Force : Tanguy, Timothée et Virgile.

Enfin, je tiens à remercier de tout mon cœur Morgane Munns, pour sa patience ; et Aïda Cancel, pour ses sourires, ses regards et tout le reste à venir...

Sommaire

Introduction

Première partie : La vidéo en ligne gratuite en médiathèque de lecture publique, une ressource en cours de légitimation

- 1 . La place des contenus vidéos dans l'environnement numérique
2. La vidéo en ligne en médiathèque de lecture publique
3. Médiation autour des ressources numériques en médiathèque

Deuxième partie : Observations des pratiques et entretien avec des professionnels sur la médiation de la vidéo en ligne gratuite

1. Observation des pratiques professionnelles
2. Synthèse des pratiques professionnelles observées
- 3 . Entretiens avec des professionnels de médiathèque de lecture publique
4. Synthèse des entretiens avec les professionnels

Troisième partie : Une place dans la collection pour la vidéo en ligne gratuite

1. Hypothèse 1 : Les professionnels des médiathèques de lecture publique mettent en oeuvre une médiation documentaire sur les contenus de type vidéo en ligne gratuite

2 . Hypothèse 2 : Les professionnels ne considèrent pas la vidéo en ligne comme faisant partie intégrante de la collection et ne lui appliquent donc pas les pratiques professionnelles habituelles

3. Hypothèse 3 : Parallèlement la vidéo en ligne gratuite répond à des objectifs d'un projet d'établissement de par la souplesse qu'elle permet par rapport à une offre de VOD

Conclusion

Introduction

La vidéo en ligne est partout. Sur les écrans des téléviseurs, des ordinateurs, des tablettes, des smartphones... Qu'elle soit commerciale ou artistique, on ne peut y échapper. En 2016, YouTube, la plateforme d'hébergement de vidéos en ligne américaine, est le site Internet le plus consulté, devançant ainsi le moteur de recherche Google et le réseau social Facebook¹. Selon une étude de Médiamétrie, société spécialisée dans la mesure d'audience des médias audiovisuels en France, « en juin 2017, 33 millions d'individus ont regardé au moins une vidéo depuis leur écran d'ordinateur, soit plus d'un Français sur deux (53%). »²

C'est un phénomène à côté duquel les médiathèques de lecture publique n'ont pas pu passer. En effet, la vidéo en ligne est présente dans ces établissements depuis 2007 quand la première offre de vidéo à la demande dédiée aux médiathèques est apparue. Cependant après plusieurs années, le bilan de la vidéo à la demande n'est pas complètement satisfaisant. Son peu de visibilité et la difficile médiation autour de ses contenus ont rafraîchi l'enthousiasme des professionnels qui hésitent à présent à souscrire à une telle offre.

Mais il existe une alternative à la vidéo à la demande. Il s'agit de la vidéo en ligne gratuite : webséries, webdocumentaires, vidéos de vulgarisation scientifique ou culturelle, films d'étudiant en école de cinéma, créations de réalisateurs librement diffusées sur Internet... Ces contenus accessibles gratuitement et sans inscription préalable à un service ou une plateforme font peu à peu leur entrée en médiathèque de lecture publique. Mais quelle place les professionnels réservent-ils à ces ressources particulières par rapport à leur collection numérique ? Et quelle médiation peut être mise en place autour de la vidéo en ligne pour permettre une meilleure visibilité et appropriation par les publics que la vidéo à la demande ?

-
- 1 JAIMES, Nicolas. Infographie : les 10 sites Web les plus visités au monde. *Journaldunet.com* [en ligne]. 5 avril 2017. Disponible à l'adresse : <http://www.journaldunet.com/media/publishers/1193352-infographie-les-10-sites-les-plus-visites-au-monde-selon-statista/>
 - 2 MÉDIAMÉTRIE. L'Audience Vidéo Ordinateur en France en juin 2017. Communiqué de presse. *Mediametrie.fr* [en ligne]. 2 août 2017. [Consulté le 17 août 2017]. Disponible à l'adresse : <http://www.mediametrie.fr/internet/communiques/l-audience-video-ordinateur-en-france-en-juin-2017.php?id=1725>

L'objectif de ce mémoire est d'analyser dans quelle mesure les professionnels adaptent leurs pratiques de médiation pour la collection numérique à la vidéo en ligne. Il permettra de constater si les professionnels des médiathèques de lecture publique mettent en oeuvre une médiation documentaire sur les contenus de type vidéo en ligne gratuite comme nous le supposons. Toutefois, nous pensons aussi que les professionnels ne considèrent pas la vidéo en ligne comme faisant partie intégrante de la collection et qu'ils ne lui appliquent donc pas les pratiques professionnelles habituelles. Parallèlement, la vidéo en ligne gratuite nous paraît répondre à des objectifs d'un projet d'établissement de par la souplesse qu'elle permet par rapport à une offre de vidéo à la demande.

Pour répondre à ces questions, nous avons suivi une double méthodologie. Une observation des pratiques de médiation, dans les murs et dans l'environnement numérique, en médiathèque de lecture publique a été effectuée selon des critères apparus lors de notre état de l'art. Dans le même temps, des entretiens ont été menés avec des professionnels pour définir les pratiques documentaires appliquées à la vidéo en ligne gratuite.

Nous nous proposons donc, dans un premier temps, de dresser un bilan de la situation de la vidéo en ligne à travers la place des contenus vidéos dans l'environnement numérique. Nous exposerons également les enjeux et les aspects que la présence de la vidéo en ligne en médiathèque de lecture publique soulèvent et nous examinerons les différents types de médiation mis en place autour des ressources numériques en médiathèque.

La deuxième partie de ce mémoire est consacrée à notre expérimentation. Nous avons commencé par observer des pratiques de médiation, puis nous avons effectué des entretiens avec des professionnels ayant mis en place une médiation pertinente pour cette ressource.

Enfin nous allons discuter de cette expérimentation en la confrontant aux hypothèses que nous avons soulevé concernant la médiation de la vidéo en ligne gratuite en médiathèque de lecture publique.

Première partie : La vidéo en ligne gratuite en médiathèque de lecture publique, une ressource en cours de légitimation

Afin de dresser un tour d'horizon de la vidéo en ligne gratuite, nous allons d'abord présenter la place des contenus vidéos dans l'environnement numérique. Puis nous aborderons la situation de la vidéo en ligne dans le cadre des médiathèques de lecture publique. Nous terminerons enfin par un état des lieux de la médiation autour des ressources numériques par les professionnels.

1 . La place des contenus vidéos dans l'environnement numérique

a. Présentation

La vidéo en ligne est devenue incontournable. En témoigne les chiffres de Médiamétrie à propos de l'audience vidéo sur les ordinateurs en France. En décembre 2015, 34 millions de vidéonautes ont regardé au moins une vidéo depuis leur écran d'ordinateur. Un an plus tard, à la même période, ils étaient 35,5 millions, « soit plus de la moitié de la population française (57%) »³. Une augmentation impressionnante qui ne concerne que la consultation sur un seul type de terminal, l'ordinateur. En effet, les chiffres de la consultation de vidéo en ligne sur smartphone ont considérablement augmenté, grâce aux formats courts particulièrement adaptés à ce type de support. En 2016, « plus de la moitié des vidéos consommées en ligne l'ont été sur smartphone ».⁴ Des chaînes de télévision créent ainsi des programmes spécialement dédiés à ce terminal, comme Vivendi qui lance Studio+, une plateforme de séries destinée au jeune public.⁵ Même le DVD physique a été rattrapé par la vidéo en ligne

3 MÉDIAMÉTRIE. *L'Audience Vidéo Ordinateur en France en décembre 2016*. Communiqué de presse. 31 janvier 2017.

4 Vidéo en ligne et VOD : les 6 tendances à suivre en 2017 dans l'industrie des médias et du divertissement. *Okast blog* [en ligne]. 2 janvier 2017. Disponible à l'adresse : <http://blog.okast.tv/fr/2017/01/02/video-en-ligne-et-vod-les-6-tendances-a-suivre-en-2017/>

5 LACARRIÈRE, Cyril. Vivendi lance Studio+, des séries sur smartphones pour les millenials du monde entier. *l'opinion.fr* [en ligne]. 24 novembre 2016. Disponible à l'adresse : <http://www.l'opinion.fr/edition/economie/vivendi-lance-studio-series-smartphones-millenials-monde-entier-115158>

puisque le marché du premier a baissé au profit de la vidéo à la demande.⁶

La raisons de ce succès est multiple. Dans un premier temps, le web a offert la possibilité à chaque internaute de devenir un producteur de contenus. Puis le web social a permis la diffusion en masse de ces productions en fédérant une communauté autour de celles-ci. Les plateformes d'hébergement de vidéos en ligne ont donc intégré cet aspect. Elles permettent d'aimer, de commenter ou de suivre un vidéaste afin de ne pas rater la publication de ses prochaines créations.

L'arrivée du smartphone et de la tablette a également favorisé l'augmentation de la consommation de vidéos en ligne. Ces terminaux connectés ont changé le mode de visionnement puisqu'ils permettent de ne plus dépendre d'un lieu précis, comme la maison ou le cinéma, pour regarder un film. Le smartphone a même transformé la manière de filmer avec la verticalité. En effet, les vidéos horizontales, inspirées par l'écran de cinéma, obligent le spectateur à pencher son téléphone. Forts de ce constat, les plateformes et les annonceurs ont lancé un format vertical, plus adapté à la consommation de vidéos sur smartphones.⁷

C'est ainsi que la vidéo en ligne s'est imposée comme un média essentiel à la fois en matière de communication et de commercialisation depuis plusieurs années. En témoigne la création massive de vlog⁸ ainsi que les vidéos d'entreprise qui permettent de promouvoir les produits ou les services de la structure.

La vidéo en ligne a su également s'imposer dans le domaine de la création comme une œuvre à part entière. La qualité de plus en plus professionnelle des productions a convaincu les chaînes de télévision de s'emparer de ces créations. Canal+ a ainsi racheté le Studio Bagel, un réseau de chaînes humoristiques françaises sur YouTube. Benjamin Brillaud, créateur de la chaîne Nota Bene où il vulgarise l'Histoire, a fait une collaboration avec le CNC en 2016. Il a ainsi eu accès à des archives de la première guerre mondiale afin de proposer des épisodes traitant de la grande guerre. En 2017, c'est l'INA qui lui a donné carte blanche pour une série de vidéos sur la propagande dans l'Histoire : « Un autre regard ».

6 LECHAVALLIER, Pascal. Vidéo : le DVD rattrapé par la VOD. *znet.fr* [en ligne]. 25 avril 2017. Disponible à l'adresse : <http://www.znet.fr/blogs/digital-home-revolution/video-le-dvd-rattrape-par-la-vod-39851622.htm#xtor=RSS-1>

7 Vidéo verticale : le grand saut des plateformes et annonceurs ? *webmarketing-com.com* [en ligne]. 2 mars 2017. Disponible à l'adresse : <https://www.webmarketing-com.com/2017/03/02/57026-video-verticale-le-grand-saut-des-plateformes-et-annonceurs>

8 Blog vidéo.

partenariats avec des institutions officielles prouvent la légitimité donnée aux vidéastes dans les domaines qu'ils traitent sur leur chaîne.

La reconnaissance de la vidéo en ligne est aussi passée par le droit. En décembre 2016, les députés français ont instauré la « taxe YouTube » en votant un amendement dans le collectif budgétaire. Il s'agit d'une « taxe de 2 % sur les revenus publicitaires des hébergeurs de vidéos en ligne, et de 10 % s'il s'agit de vidéos à caractère pornographique ou violent. »⁹. Recouverte par le CNC, elle oblige les plateformes d'hébergement de vidéos à contribuer au financement de la production audiovisuelle et cinématographique et reconnaît ainsi la qualité des créations diffusées sur ce canal. La guerre que se livre ces sites Internet de partage témoigne aussi de l'importance que le marché de la vidéo en ligne a progressivement pris. Nous verrons plus tard les modèles économiques que ces plateformes ont développés afin de s'imposer comme leader.

Le milieu du cinéma et de la télévision a également fait une place à la vidéo en ligne. Cette année, le festival de Cannes a nommé deux films produits par la plateforme de SVOD¹⁰ américaine Netflix. Malgré la polémique que ce choix a déclenché (*Okja* de Bong Joon-ho est finalement sorti dans trois salles françaises), cette sélection est la preuve que le cinéma français reconnaît les mêmes qualités audiovisuelles et professionnelles aux films diffusés exclusivement sur Internet par rapport aux films sortis en salles.

La télévision a eu cette même démarche plus tôt que le monde du cinéma. En effet, la compétition des Emmy Awards de 2016, qui récompense les meilleures émissions et professionnels de la télévision américaine, a créé de nouvelles catégories pour les vidéos de court-métrage en ligne. Les Creative Arts Emmy Awards étaient ainsi ouverts aux séries YouTube¹¹. Même constat pour un autre type de production : les webséries. Leur popularité croissante n'est pas passée inaperçue auprès des festivals qui consacrent des catégories aux webséries quand ils ne sont pas entièrement dédiés à cette forme de création : le festival Séries Mania du Forum des Images à Paris, le Festival Francophone des Webséries à Toulouse, le Marseille Web Fest, le Webfest Montréal...

9 JOUX, Alexandre. Taxe YouTube : la France fidèle à ses principes. *La Revue européenne des médias et du numérique*, hiver 2016-2017, n°41. Disponible en ligne : <http://la-rem.eu/2017/05/18/taxe-youtube-france-fidele-a-principes/>

10 *Subscription Video On Demand* ou SVàD en français, c'est-à-dire service de vidéo à la demande.

11 SETRA. Les YouTubeurs pourront maintenant gagner des récompenses aux Emmy Awards. *Presse-citron.net* [en ligne]. 4 mars 2016. Disponible à l'adresse : <https://www.presse-citron.net/les-youtubeurs-pourront-maintenant-gagner-des-recompenses-aux-emmy-awards/>

La vidéo en ligne est donc partout de nos jours : sur nos télévisions, nos ordinateurs, nos téléphones portables... Nous allons voir à présent le fonctionnement technique de ce média devenu incontournable.

b. Le fonctionnement technique des contenus vidéos dans l'environnement numérique

D'après Jean-François Gervais¹², responsable de la filière Multimédia à la direction de la formation de l'INA¹³, l'émergence de la vidéo en ligne est due à des facteurs convergents à la fois sur le plan technologique, économique et sociologique. Elle a conquis les internautes comme les professionnels de l'audiovisuel grâce à un développement technique et à la modification des usages du numérique. Avec l'arrivée de la fibre, les réseaux et liaisons haut débit sont devenus de plus en plus puissants et les infrastructures de routeurs peuvent à présent transférer des volumes d'informations toujours plus importants. Dans le même temps, la téléphonie mobile et les terminaux ont fait des progrès considérables tandis que les normes de compression et décompression sont devenues un enjeu économique, obligeant les plateformes à utiliser une licence libre et gratuite pour que les navigateurs décodent leurs vidéos. Enfin, des modèles économiques ont émergé, basés sur des partenariats avec des publicitaires ou des producteurs et des chaînes de télévisions¹⁴. Aujourd'hui, la démultiplication des écrans est donc autant d'accès à la vidéo en ligne. Un phénomène avantageux pour les plateformes d'hébergement qui ont calqué leur modèle économique sur les pratiques de leurs utilisateurs.

c. Les plateformes d'hébergement

À l'heure d'Internet, les producteurs et les diffuseurs ont du délinéariser leurs contenus vidéo, c'est-à-dire différer leur consommation en proposant un visionnement à la carte, que ce soit sur un mode payant ou gratuit. Trois modèles de diffusion ont alors émergé : la

12 GERVAIS, Jean-François, et al. Modèles économiques et techniques. *Documentaliste-Sciences de l'Information*, 2010, n°47, p. 30-41.

13 Institut National de l'Audiovisuel

14 GERVAIS, Jean-François, op. cit.

VOD¹⁵, la SVOD et la télévision de rattrapage.

La VOD est en quelque sorte un vidéoclub virtuel. L'internaute loue pour 1 ou 2 jours, à compter du paiement, un contenu généralement proposé en streaming. Les plus connus sont les sites de vidéo à la demande des chaînes de télévision : Canal VOD, MyTF1 VOD, France TV Pluzz VOD, Arte VOD, UniversCiné VOD...

La SVOD propose un accès illimité grâce à un abonnement mensuel sans engagement pour avoir accès à un catalogue régulièrement enrichi. Ce modèle fonctionne en streaming mais certains services permettent le téléchargement pour un visionnement hors connexion. Les SVOD les plus connus sont Netflix, Amazon, Canalplay... Si ce modèle de diffusion semble plus avantageux pour les internautes par rapport à la VOD, il a pourtant un inconvénient conséquent. En effet, la chronologie des médias impose un délai de 36 mois après la sortie du film en salles pour qu'il soit proposé en SVOD, contre 4 mois pour la VOD.

La télévision de rattrapage, aussi appelée *catch-up TV* ou *replay* est un service des chaînes de télévision. Peu de temps après la première diffusion d'un programme et pendant une période de quelques jours, elles le proposent en streaming via leur site Internet ou les box des différents FAI¹⁶. La télévision de rattrapage permet ainsi aux chaînes d'augmenter leur audience tout en complétant leurs recettes publicitaires. Elle est aussi un moyen efficace pour collecter des données qui ne peuvent être récupérées avec la transmission classique. Enfin, elle permet de capter le public en dehors du médium téléviseur. Selon Pascal Lechevallier, spécialiste de la dématérialisation et des médias qui analyse les chiffres de la télévision de rattrapage publiés par le CNC, c'est « une pratique dont le succès va grandissant »¹⁷. Face à cet engouement, de nombreuses chaînes de télévision se sont dotées d'un site Internet proposant du replay comme Arte+7, TV5Monde+, 6play, ou encore MyTF1.

Face à ces trois modèles de diffusion, les médiathèques de lecture publique, dans un souci d'intégration de contenus affranchis des supports comme le DVD, se sont plutôt tournées vers la VOD. Il existe 4 offres dédiées à ce type d'établissement.

Co-édité par Arte France et UniversCiné, Médiathèque Numérique propose plus de 4200 programmes (fictions, documentaires, spectacles, programmes pour la jeunesse...). Le

15 *Video On Demand* ou VOD en français, c'est-à-dire Vidéo à la Demande.

16 Fournisseur d'Accès Internet

17 LECHAVALLIER, Pascal. Jusqu'où va aller le Replay ? *Zdnet.fr* [en ligne]. 25 juin 2017. Disponible à l'adresse : <http://www.zdnet.fr/blogs/digital-home-revolution/jusqu-ou-va-aller-le-replay-39854142.htm>

modèle économique mis en place par cette plateforme est un système entre la VOD et la SVOD. En effet, Médiathèque Numérique est officiellement un service VOD donc basé sur le paiement à l'acte. Mais dans les faits, la plateforme propose deux formules : achat à l'acte ou forfait annuel. Ce système a bien sûr été mis en place pour contrer la chronologie des médias.

Basé sur le principe du forfait annuel, Les Yeux Doc est un service proposé par Médiathèque Numérique. Sélectionnés par une commission nationale de bibliothécaires, les 205 films documentaires sont issus du Catalogue national de films documentaires pour les bibliothèques publiques. Les acquisitions de films et la gestion des droits sont assurées par la Bpi¹⁸.

Anciennement dédiée aux courts-métrages, l'offre de CVS Numérique s'est élargie au cinéma documentaire et fictionnel en 2012. Elle est construite sur le même modèle économique que Médiathèque Numérique.

Créée en 2009 par l'ADAV et soutenue par le CNC, l'offre dématérialisée Adavision-Medialib met à disposition plus de 12 000 films. Elle permet également d'intégrer des films négociés directement avec les ayant-droits par chaque établissement et d'importer des vidéos en provenance de plateformes de partage tels YouTube ou Vimeo. À l'inverse des trois services présentés précédemment, celui-ci est basé sur le principe d'acquisition forfaitaire "à la carte". C'est-à-dire que le coût des licences dépend du nombre d'utilisateurs et les contenus numériques sont achetés pour une durée de 2 à 5 ans avec droits de visionnement illimités.

Ces quatre services de VOD offrent donc des contenus négociés pour regarder légalement et gratuitement de nombreux films. Mais le modèle économique de Médiathèque Numérique, des Yeux Doc et de CVS Numérique est peu confortable pour les médiathèques puisque, en plafonnant le nombre d'abonnés et/ou de visionnements, il les oblige à anticiper le succès de l'offre au risque de le sous-estimer ou de le surévaluer. Un inconvénient qui a été soulevé dans l'étude du réseau Images en Bibliothèques en 2015 intitulée *Le Cinéma et l'audiovisuel en médiathèque* : « La VOD, l'encyclopédie et les jeux vidéo sont les ressources les moins proposées au public. Cela peut s'expliquer par la présence d'offres structurées sur le marché du grand public ou de modèle économique inadapté aux bibliothèques. »

Cependant quand une offre de films dématérialisés propose un autre modèle économique

18 Bibliothèque Publique d'Information

comme Adavision-Medialib, celui-ci n'est pas non plus tout à fait satisfaisant. En effet, s'il copie les habitudes d'achat des DVD physiques (acquisition d'un film pour 5 ans, période qui s'assimile à la durée de vie d'un DVD), l'achat de fichiers titre à titre fait donc de cette offre un service de SVOD. Cette catégorisation se répercute sur le catalogue puisqu'il faut attendre 36 mois après la sortie en salle d'un film avant son apparition sur la plateforme, proposant ainsi peu de nouveautés aux utilisateurs.

Les services de VOD dédiés aux médiathèques semblent donc un investissement bien décevant au vue de leur fréquentation. Dans son mémoire *La Vidéo à la demande en bibliothèque : Bilan et perspectives* datant de 2013, Alicia Lèon y Barella a ainsi noté que : « Parmi les bibliothèques ayant précisé les statistiques d'utilisation de la ressource, la plupart ont plus d'inscrits inactifs qu'actifs. »

Face à ces offres payantes insatisfaisantes, il existe de nombreuses plateformes d'hébergement, de partage et de visionnement de vidéos en ligne qui proposent gratuitement leur contenu aux internautes : YouTube¹⁹, leader américain appartenant à Google ; Dailymotion²⁰, entreprise française dont l'actionnaire principal est le groupe Vivendi; Vimeo²¹, plateforme indépendante ; RuTube²², entreprise russe appartenant à la plus grande holding de médias russe, Gazprom-Media; Twitch²³, spécialisé en diffusion directe de parties de jeux vidéo dont le propriétaire est Amazon ; Dreamvids²⁴, hébergeur open source sans publicité²⁵... Dans le cadre de ce mémoire, ce sont les trois principales plateformes d'hébergement de vidéos utilisées en France qui feront l'objet d'une analyse de leur modèle économique : YouTube, Dailymotion et Vimeo.

Afin d'attirer le plus grand nombre de spectateurs, ces trois plateformes proposent un accès freemium qui est rentabilisé par des revenus publicitaires pour les deux premières plateformes. L'internaute peut ainsi visionner gratuitement autant de contenus qu'il le souhaite, en acceptant les publicités qui s'affichent sous forme de pré-roll (avant la vidéo), mid-roll (pendant la vidéo) ou d'encart positionné au bas de la vidéo. Le nombre de vues uniques sur les vidéos permet de négocier des contrats importants avec les publicitaires qui

19 <https://www.YouTube.com/?hl=fr&gl=FR>

20 <http://www.dailymotion.com/fr>

21 <https://vimeo.com/>

22 <https://rutube.ru/>

23 <https://www.twitch.tv/>

24 <http://www.dreamvids.fr/>

25 Inaccessible actuellement car, suite à la perte des données, la troisième version est en cours de codage.

sont ainsi assurés de la visibilité.

En complément de cette offre, certaines plateformes ont mis en place une version premium. C'est le cas pour le leader américain dont ce service donne accès à un abonnement aux chaînes payantes et à la location et l'achat de vidéos. Cependant, du côté de Vimeo, les versions premium concernent les vidéastes. En effet, la plateforme propose trois formules : Plus, Pro et Business, basées sur des critères spécifiques tels l'espace de stockage, le niveau de confidentialité du compte, l'outil statistique...

Suite à l'arrivée des services de vidéos à la demande, les plateformes ont dû se positionner sur le même type d'offre pour rester concurrentes. Elles ont ainsi mis en place un service de vidéo à la demande payant : YouTube Red (pas encore disponible en France au moment de la rédaction de ce mémoire), Open VOD et Vimeo On Demand. Cette offre permet aux abonnés d'accéder à des contenus dont la plateforme a acquis les droits ou à des créations originales qu'elle produit elle-même.

Si les plateformes mettent tout en place pour attirer les spectateurs, elles tentent également de séduire les vidéastes. Pour encourager les internautes à publier leurs vidéos, YouTube et Dailymotion leur proposent deux types de rémunération : la monétisation et le contenu payant. La première formule reverse une partie des revenus publicitaires selon le nombre de vues générées par les vidéos. Toutefois, ce système de rémunération reste assez opaque, les entreprises ne souhaitant pas communiquer sur celui-ci. Le contenu payant permet aux vidéastes de donner accès à leurs vidéos via le service de VOD ou un abonnement mensuel à leur chaîne à travers une grille tarifaire.

Mais les moyens de rémunération ne semblent pas être totalement satisfaisants. En effet, de plus en plus de vidéastes se tournent vers leur communauté pour financer leurs créations grâce à des plateformes de financement participatif telles Patreon et Tipeee.

Au niveau des contenus, ces plateformes proposent des vidéos aux formes et aux genres variés. Si Vimeo est reconnu pour la qualité artistique et créative de son offre, YouTube et Dailymotion proposent quant à eux de très nombreuses vidéos de divertissements comme les webséries. Mais la plateforme française est en perte de vitesse depuis plusieurs années et le piratage dont elle a été victime en octobre 2016 n'a pas aidé à redorer son image. Cependant, Maxime Saada, son président, a annoncé un nouveau départ en avril 2017, grâce à un contenu premium dans le domaine de l'information, du sport, du divertissement et de la

musique.

Face à l'engouement du public et à ses qualités artistiques reconnues par la profession, la vidéo en ligne semble être une ressource numérique attendue en médiathèque de lecture publique.

2. La vidéo en ligne en médiathèque de lecture publique

a. Définition de la vidéo en ligne

La vidéo en ligne est multiple : elle a différentes formes (clips musicaux, clips publicitaires, bandes-annonces de films, enregistrements de concert...), différents formats d'origine (analogique ou numérique) et différents buts (marketing, visibilité, popularité, culture, vulgarisation...). Face à cette hétérogénéité, il a fallu considérer un type de vidéo en ligne bien précis pour ce mémoire.

Il s'agit donc d'un contenu nativement numérique, en opposition avec l'analogique mais également le dématérialisé, c'est-à-dire qui a été précédemment inscrit sur un support physique puis numérisé. Ce format a pris de plus en plus d'ampleur avec les nouvelles technologies développées autour du matériel professionnel comme amateur. De nombreux festivals consacrés à la création numérique le mettent à l'honneur tels le festival des Nouveaux Cinéma²⁶, le festival accés²⁷ ou encore le festival VidéoFormes²⁸.

Concernant ses modalités d'accès, le type de vidéo en ligne concerné est gratuit et consultable en streaming. Cette technique fonctionne par l'envoi de données dans la mémoire vive de l'ordinateur, en direct ou en léger différé, qui est transféré dans un lecteur multimédia. Le stockage des données est provisoire et ne s'inscrit pas dans un fichier sur le disque dur du destinataire, à l'inverse du téléchargement.

Au niveau de la forme de la vidéo en ligne gratuite, ce mémoire traitera des créations audiovisuelles à but artistique et/ou documentaire comme les webséries²⁹, les

26 <http://www.nouveaucine.com/>

27 <http://www.acces-s.org/a-propos/>

28 <http://festival2017.videoformes.com/>

29 Il existe trois orthographes différentes pour ce terme : websérie, web-série et web série. J'ai choisi la première selon l'orthographe consacrée de termes proches : webradio, webtélé, webzine...

webdocumentaires³⁰, les films d'étudiants en école de cinéma ou les vidéos de vulgarisation culturelle et scientifique... Cette distinction exclut alors d'emblée les productions de médiathèques, comme des tutoriels par exemple, de l'objet d'étude de ce mémoire. La vidéo en ligne à laquelle nous nous intéresserons plus particulièrement correspond donc à un contenu audiovisuel culturel accessible gratuitement sur Internet via le streaming.

Dans son mémoire *Les pratiques de consommation des web séries par les lycéens*³¹, datant de 2014, Noémie Wiorek définit la websérie selon plusieurs critères spécifiques. Ce format doit d'abord se revendiquer de la série télévisée dans ses thèmes, sa dynamique et la fidélisation de l'internaute qu'elle suscite. Son budget et ses moyens matériels comme humains sont assez faibles. Cependant l'amateurisme tend à s'estomper grâce à la démocratisation d'Internet (notamment à travers des tutoriels et des forums pour l'apprentissage ou l'échange de techniques). Le public d'une websérie est plutôt jeune et les genres et les thèmes qu'elle aborde sont ceux délaissés par la télévision comme l'horreur, la science-fiction, les jeux vidéo... Son format généralement court est dû au peu de moyens et à l'adaptation aux pratiques nomades de leur public. Enfin, la diffusion d'une websérie se fait gratuitement sur le web, sans limite de temps. Mais les plus connues d'entre elles peuvent bénéficier d'une diffusion sur une chaîne télévisuelle à l'instar de *Noob* de Fabien Fournier sur Nolife et *Le Visiteur du Futur* de François Descraques sur France 4. Certaines chaînes ont alors créé un département spécifique pour proposer aux créateurs de financer leur production et leur garantir la diffusion sur leur site Internet dédié. C'est le cas notamment de Studio 4 de France 4, Nouvelles Écritures de France Télévisions et Arte Creative d'Arte. France Télévisions, en partenariat avec la SACD³², a même mis en place un fond Websérie d'Aide à l'Écriture en 2016. Le CNC³³ n'est pas en reste puisqu'il propose également un fonds d'aide aux projets pour les nouveaux médias sur l'écriture, la production ou le développement³⁴. Si le moyen de financement des premières webséries a été principalement le crowdfunding, l'implication des chaînes de télévision n'a pas fait disparaître cette tradition et il n'est pas rare de voir une websérie cumuler plusieurs sources de productions. C'est le

30 Même choix que pour le terme « websérie ».

31 WIOREK, Noémie. *Les pratiques de consommation des web séries par les lycéens*. Mémoire d'étude : Information Communication. Université Toulouse Jean Jaurès, 2014. 53 p. Disponible à l'adresse : <http://dante.univ-tlse2.fr/657/>

32 Société des Auteurs et Compositeurs Dramatiques

33 Centre National du Cinéma et de l'image animée

34 <http://www.cnc.fr/web/fr/aide-aux-projets-nouveaux-medias>

cas de *L'Incroyable Odyssée* de Gaël et Axel Rezé, soutenu par la société Marnie Production, qui a bénéficié d'une campagne de financement participatif sur la plateforme Ulule avant de décrocher l'aide à l'écriture de la SACD et France Télévisions.

Le webdocumentaire semble être un format plus délicat à définir. En effet dans leur ouvrage de 2014 *Le webdoc existe-t-il ?* Nicolas Bole et Cédric Mal³⁵ pointent l'aspect protéiforme de cette création en précisant que « Le seule véritable point commun à tous les webdocumentaires [...] reste finalement le caractère « réel » et non « fictionnel » du sujet filmé ». Pour définir les contours du webdocumentaire, ils déconstruisent alors les clichés qui lui sont régulièrement imposés : la délinéarisation, l'interactivité et le transmédia. En effet, le fond n'est pas forcément délinéarisé comme la forme. La délinéarisation vient en fait d' « un morcellement géographique des matériaux documentaires en plusieurs médias (son, texte, image, vidéo, animation graphiques...) sur une échelle de temps différente (consultation immédiate, différée, en plusieurs fois...) pour une consultation personnalisée ». Le webdocumentaire n'est pas toujours interactif également. Le récit n'a pas forcément besoin de la participation active du spectateur pour se construire car cliquer sur une icône pour faire un choix binaire n'inclut pas une implication forte et sous-tend que le propos est écrit par avance par un auteur pour anticiper les choix du spectateur. Enfin, un webdocumentaire n'est pas obligatoirement du transmédia. Il n'a pas besoin de prendre place dans un récit dont les différentes parties s'inscrivent sur un support particulier et peut donc tout à fait se suffire à lui-même, comme c'est le cas dans beaucoup de projets.

À l'instar de la websérie, le financement du webdocumentaire passe aussi par le crowdfunding et les chaînes de télévision. Mais il existe des aides plus nombreuses pour ce type de création : la bourse au créateur numérique de la Fondation Jean-Luc Lagardère, la bourse Orange – Fondation Beaumarchais SACD³⁶, les bourses d'aide à l'écriture de la SCAM³⁷, l'aide à l'écriture de France Télévisions et la SACD... Il existe également des aides régionales octroyées soit à des créateurs issus de la région en question, soit pour des projets touchant la région. Des sociétés de production se sont spécialisées dans le webdocumentaire comme Upian, société de production de documentaires internationalement reconnue qui a participé activement à l'émergence du webdocumentaire en France et à l'international, ou

35 BOLE Nicolas, MAL, Cédric. *Le webdoc existe-t-il ?* Paris : Le Blog documentaire, 2014. 607 p.

36 Société des Auteurs et Compositeurs Dramatiques

37 Société Civile des Auteurs Multimédia

encore Narrative, Providences Films...

La diffusion de cette création se fait bien évidemment par le web sur des sites dédiés ou hébergés par les sites Internet de journaux, qu'ils soient traditionnels ou pure players, comme Lemonde.fr, Rue89, Mediapart, Courrier International... Les chaînes de télévision proposent également de diffuser des webdocumentaires dont elles ont participé au financement. C'est le cas d'Arte, TV5 Monde et Nouvelles écritures de France Télévisions.

Si Nicolas Bole et Cédric Mal considèrent le webdocumentaire comme un mélange de plusieurs médias (vidéo, photographie, son, texte...), nous nous intéresserons à une forme particulière dans le cadre de ce mémoire. En effet, puisque le thème est la médiation de ressources audiovisuelles, le webdocumentaire vidéo sera la seule forme prise en compte dans la multitude des webdocumentaires.

Un autre genre de vidéo en ligne gratuite qui va nous intéresser dans le cadre de ce mémoire est la vidéo de vulgarisation culturelle et scientifique. Il s'agit de « mise à disposition gratuite d'un contenu culturel d'une variété infinie, couvrant tous les sites d'intérêt, toutes les préoccupations, et réalisé avec un minimum de contraintes de format ou de ton »³⁸. Souvent filmées et montées avec des moyens limités à leurs débuts, les vidéos s'améliorent généralement au niveau de la technique, du ton ou du jeu d'acteur au fil des épisodes.

Par rapport à la production de ces créations, nous avons précédemment abordé la rémunération des vidéastes sur les trois principales plateformes à travers la monétisation des contenus. Les créateurs peuvent également avoir une source de revenu supplémentaire grâce à des partenariats avec des marques qu'ils mettent en avant dans leurs vidéos ou grâce à une plateforme de financement participatif comme Patreon et Tipeee. Afin d'attirer le plus de viewers³⁹ possibles, la majorité des vidéastes crée une chaîne sur YouTube, la plateforme d'hébergement de vidéos la plus visitée.

Les vidéos en ligne de vulgarisation couvrent tous les domaines du savoir. Cependant deux catégories se distinguent : les contenus de vulgarisation culturelle et les contenus de vulgarisation scientifique. La première regroupe notamment les critiques cinématographiques tels le Fossoyeur de Films, la Fille aux soufflés, Perle ou Navet... et les booktubers. « Ces internautes dédient leur temps à lire des ouvrages et à en faire une

38 MORICARD, Sébastien, T.PUYSEGUR, Alain. *Le Guide des YouTubers*. Paris : Castermore, 2016. 288 p.

39 Spectateurs sur le web

critique dans des vidéos qu'ils affichent en ligne sur leurs comptes. Cela requiert un investissement souvent présenté comme naturel dans le cadre d'une passion dévorante pour la lecture »⁴⁰. Citons parmi eux La Brigade du Livre qui propose des chroniques littéraires à l'humour décalé et Too Many Books, un couple de vidéastes qui partage leur avis sur les livres et les comics.

Dans la deuxième catégorie, les sujets abordés sont aussi variés que le nombre de youtubers qui les traitent : astronomie (Florence Porcel), biologie (Biologie Tout Compris), Histoire (Nota Bene, C'est une autre histoire), sciences (Scilabus, E-penser), esprit critique (Osons causer, Les Brutes)...

D'autres types de vidéos en ligne gratuites entrent dans le cadre de ce mémoire. C'est le cas des films d'étudiant diffusés par les écoles spécialisées dans l'image. Ainsi les Gobelins, école de cinéma d'animation, de photographie ou encore de jeux vidéo à Paris, propose une galerie de projets⁴¹ via le lecteur embarqué de YouTube. L'EMCA, École des Métiers du Cinéma d'Animation à Angoulême⁴² et PointVue⁴³, école de création pour les nouveaux médias à Paris, publient les réalisations estudiantines grâce à leur chaîne Vimeo.

Les films tournés en numérique et diffusés gratuitement sur Internet par leur auteur sont également concernés. La plateforme la plus connue de streaming pour ce genre de vidéos est Streamees⁴⁴ qui référence plus de 650 films et « s'engage à ne proposer que des contenus qui respectent les droits d'auteurs ». Elle insiste d'ailleurs sur cet aspect via la page des mentions légales en invitant les internautes à signaler tout contenu qui enfreindrait cette règle. Spécialisée dans les fan-films et les courts-métrages de science-fiction, Streamees propose notamment les créations du réalisateur sud-afro-canadien Neill Blomkamp. Il s'agit de courts-métrages expérimentaux de science-fiction dystopique publiés gratuitement et en intégralité sur la chaîne YouTube du studio. Pour les spectateurs qui souhaiteraient découvrir l'envers du décor ou soutenir financièrement le projet, un pack de données avec différentes qualités de vidéos, des modèles 3D, des concept-arts et le script est disponible sur Steam⁴⁵,

40 POSADA, Julien. Les « Booktubers » et la professionnalisation de la critique amateur. *lectecri.hypotheses.org* [en ligne]. 16 décembre 2016. [Consulté le 17 août 2017]. Disponible à l'adresse : <https://lectecri.hypotheses.org/66>

41 <https://www.gobelins.fr/GALERIE-DES-TRAVAUX-ETUDIANTS?domaine=11100>

42 <http://www.angouleme-emca.fr/fr/galerie.asp>

43 <http://pointvue.tribudom.net/realisations-masterclass/>

44 <http://www.streamees.com/>

45 <http://store.steampowered.com/>

la plateforme de distribution de contenus en ligne orientée jeux vidéo. Neill Blomkamp n'est pourtant pas le premier réalisateur à diffusé gratuitement ses créations puisqu'avant lui, en 2009, Yann Arthus-Bertrand avait mis en accès libre sur une chaîne YouTube dédiée son documentaire *Home*. En 2015, il réitère l'expérience en diffusant dans les mêmes conditions son nouveau long-métrage, *Human*.

Les webséries, les wedocumentaires, les vidéos de vulgarisation scientifique ou culturelle, les films d'étudiant et les œuvres audiovisuelles numériques diffusées gratuitement par leur réalisateur entrent donc dans les limites de ce mémoire. Autant de ressources dont les professionnels des médiathèques de lecture publique doivent s'emparer. En effet, puisque ces contenus appartiennent au domaine de la culture, du loisir et/ou de l'information, les professionnels ont le devoir d'essayer de les intégrer à leurs collections. Une mission inscrite dans le *Code de déontologie du bibliothécaire*⁴⁶ de l'ABF adopté en 2003 : « Le bibliothécaire est chargé par sa collectivité publique ou privée de répondre aux besoins de la communauté en matière de culture, d'information, de formation et de loisirs. ». Cette nécessité est reprise en 2012 dans le *Code d'éthique de l'IFLA pour les bibliothécaires et les autres professionnel(le)s de l'information*⁴⁷ : « La mission fondamentale des bibliothécaires et autres professionnel(le)s de l'information est d'assurer à tou(te)s l'accès à l'information pour le développement personnel, la formation, l'enrichissement culturel, les loisirs, l'activité économique ainsi que la participation informée à la démocratie et à son progrès. »

Cependant, avant de nous focaliser sur ces contenus, il est utile de rappeler la manière dont les contenus vidéos dans leur globalité se sont fait une place dans les collections des bibliothèques de lecture publique.

b. La vidéo en ligne gratuite comparée à la collection physique et à la VOD

46 ASSOCIATION DES BIBLIOTHÉCAIRES DE FRANCE. Code de déontologie du bibliothécaire. *abf.asso.fr* [en ligne]. 23 mars 2003. Disponible à l'adresse : <https://www.abf.asso.fr/6/46/78/ABF/code-de-deontologie-du-bibliothecaire>

47 INTERNATIONAL FEDERATION OF LIBRARY ASSOCIATIONS AND INSTITUTIONS. Code d'éthique de l'IFLA pour les bibliothécaires et les autres professionnel(le)s de l'information. *ifla.org* [en ligne]. Août 2012. Disponible à l'adresse : <https://www.ifla.org/files/assets/faife/codesofethics/frenchcodeofethicsfull.pdf>

En médiathèque de lecture publique, la place de la vidéo n'a pas été évidente. En effet, alors que les appareils de lecture vidéo apparaissent sur le marché en 1972, ce n'est qu'en 1977 que les bibliothèques s'en emparent. Ce décalage s'explique par des contraintes techniques car les différents matériels ne sont pas compatibles entre eux ; économiques puisque les appareils et les supports sont coûteux et intellectuelles parce que les films, et particulièrement les fictions, étaient considérés comme un loisir et n'étaient donc pas légitimes dans les collections pour les professionnels. Mais la même année, la création de la BPI avec un service audiovisuel consacré aux films documentaires change le regard des professionnels. Les conséquences ne sont font pas attendre puisque, l'année suivante, plusieurs vidéothèques se créent pour proposer la consultation sur place de films à leurs usagers. En 1988, 103 vidéothèques ont été recensées par la Direction du Livre et de la Lecture. Dans les années 90, les foyers s'équipent de lecteur VHS poussant ainsi les bibliothèques à mettre en place le prêt de films. Cependant en 1997, le support DVD apparaît sur le marché, obligeant ainsi les établissements à acquérir ce nouveau support au détriment de l'ancien. Aujourd'hui, en France, ce sont environ 3 000 médiathèques de lecture publique qui proposent un fonds audiovisuel⁴⁸.

Alors que les premières offres de ressources numériques dédiées aux bibliothèques apparaissent en 2005, la VOD entre dans les collections à partir de 2007 avec la création du service Médiathèque Numérique d'ArteVOD. En 2014, « 29 % des bibliothèques proposent une offre de VàD » selon l'étude du réseau Images en Bibliothèques de 2015 intitulée *Le Cinéma et l'audiovisuel en médiathèque*⁴⁹.

Face à ces deux types de collections qui se sont peu à peu fait une place en médiathèque, quels avantages la vidéo en ligne propose-t-elle ?

Par rapport à la collection physique, la vidéo en ligne semble proposer des avantages certains en médiathèque de lecture publique. De par sa nature numérique et la démocratisation des appareils de prise de vues, elle a transformé l'économie de la rareté, attachée au support matériel, en économie de l'abondance. C'est le propos de Dominique Lahary, ancien directeur-adjoint de la Bibliothèque départementale du Val d'Oise, dans son

48 ROUSSELET, Dominique, GUILLAUMOT Julie, PALESSE, Marianne. *Du Cinéma en médiathèque. Médiathèmes*. Paris : ABF, 2017. 210 p.

49 IMAGES EN BIBLIOTHÈQUES. *Étude du réseau d'Images en bibliothèques – 2015 – Le cinéma et l'audiovisuel en médiathèque*. 2016. 16 p. Disponible à l'adresse : <http://www.imagesenbibliotheques.fr/IMG/pdf/IB2015-EtudedeReseau.pdf>

article *Penser la bibliothèque en concurrence* dans lequel il explique la différence entre une bibliothèque et l'univers numérique⁵⁰. Alors que l'accès aux contenus d'une bibliothèque passe par un abonnement (payant ou gratuit) et est soumis aux commodités de l'établissement (horaires, règlement et organisation), une ressource en ligne est consultable immédiatement par un grand nombre d'utilisateurs en même temps et peut être réutilisable. De plus, un contenu numérique n'est pas soumis aux contraintes du classement par support et peut être présent à différents endroits à la fois. Sa nature numérique permet une thématisation donc une mise en avant de son contenu et non de sa forme comme pour les documents physiques (encore que ce point dépend du plan de classement adopté par chaque médiathèque) et ainsi une multiplication des points d'entrée. Enfin, Internet permet une exhaustivité avec laquelle les murs d'un bâtiment physique ne pourront jamais rivaliser. Mais cette impression de liberté est nuancée par des obligations économiques et techniques. En effet le numérique a besoin d'énergie et de matières premières. De plus, pour consulter un contenu en ligne, un ordinateur fonctionnel et un fournisseur d'accès à Internet avec un bon débit de bande passante sont nécessaires. Sur place, la médiathèque doit donc garantir le maintien des postes de consultation ; à distance, l'utilisateur doit être équipé.

Par rapport à l'offre VOD, la vidéo en ligne offre également de nombreux avantages. Ses modalités de consultation sont basées sur des pratiques plus fluides que celles imposées par la VOD. Le nombre de visionnements n'est ainsi pas limité et aucune connexion à la plateforme d'hébergement n'est requise (sauf si l'utilisateur veut interagir en aimant, partageant ou commentant la vidéo). Grâce au lecteur embarqué proposé par la plateforme, la médiathèque peut exporter les vidéos sur son propre site Internet pour éditorialiser les contenus. De plus, la vidéo en ligne permet une médiation numérique plus souple que les ressources numériques payantes. En effet il est impossible d'insérer un lien sur un réseau social pour partager un document acquis auprès d'un fournisseur à cause des DRM⁵¹, des verrous numériques qui contrôlent l'utilisation d'un document. C'est un inconvénient que Lionel Maurel a constaté sur la page Facebook de JuMEL, Jura Médiathèques en Ligne, qui promeut les ressources numériques : « [...] on constate que les bibliothécaires ne peuvent insérer aucun lien pour promouvoir ces contenus auprès de leurs usagers, ce qui constitue

50 LAHARY, Dominique. *Penser la bibliothèque en concurrence*. *Bulletin des bibliothèques de France*, 2012, n° 4, p. 6-10. Disponible en ligne : <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2012-04-0006-001>

51 Digital Rights Management

une contrainte majeure et tranche singulièrement avec les pratiques habituelles de partage sur Facebook. ». Comme nous le verrons plus tard dans ce mémoire, la vidéo en ligne gratuite passe outre les contraintes imposées à la VOD et permet potentiellement une médiation numérique plus large. Enfin, l'avantage le plus parlant pour la vidéo en ligne gratuite comparée à la VOD reste sa gratuité. Cet argument est appuyé par le coût élevé des ressources numériques au regard des statistiques d'utilisation et plus précisément du nombre d'inscrits actifs, comme nous l'avons vu plus haut. Un constat que Julien Gusthiot a souligné dans son mémoire *Les ressources numériques dans les médiathèques territoriales : état des lieux et lignes de fuites*⁵², en 2010 : « Les coûts des ressources numériques pour les bibliothèques est actuellement exorbitant non content d'être souvent mal adapté à la nomenclature budgétaire. Ce coût apparaît d'autant plus élevé rapporté à la teneur du service et aux contenus disponibles. » Quatre ans plus tard, le coût des ressources numériques est le premier frein avancé par les professionnels pour leur développement en bibliothèque, d'après *l'Enquête 2013-2014 sur les ressources numériques en bibliothèque publique* du Ministère de la Culture et de la Communication : « La quasi-totalité des réponses signalent un frein budgétaire. Le budget nécessaire à l'acquisition de ces ressources est perçu comme le principal frein au développement de ressources numériques jugées coûteuses, dont les modèles économiques sont divers, parfois complexes et souvent inadaptés aux bibliothèques.»⁵³ Avec la vidéo en ligne gratuite, cette entrave disparaît totalement.

Mais la vidéo en ligne présente aussi des désavantages comme la pérennité des liens ou la qualité amateur de certaines productions. Cependant s'adapter à ces inconvénients fait partie du rôle du médiathécaire qui a la charge de la qualité et de l'accès des contenus. Comme pour tout document sélectionné, un professionnel se doit de rechercher des informations quant à sa qualité en s'appuyant par exemple sur des critiques de journalistes dans la presse spécialisée ou d'internautes sur une plateforme dédiée, un blog... Pour les

52 GUSTHIOT, Julien. *Les ressources numériques dans les médiathèques territoriales : état des lieux et lignes de fuites*. Mémoire d'étude : Diplôme de Conservateur territorial des Bibliothèques. Université de Lyon, 2010. 88 p. Disponible en ligne : <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/49078-les-ressources-numeriques-dans-les-mediathèques-territoriales-etat-des-lieux-et-lignes-de-fuites.pdf>

53 MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION. *Enquête 2013-2014 sur les ressources numériques en bibliothèque publique*. Mars 2014. 38p. Disponible à l'adresse : <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Thematiques/Livre-et-Lecture/Documentation/Publications/Etudes-et-rapports-numerique-en-bibliotheque/Enquete-2013-2014-sur-les-ressources-numeriques-en-bibliotheque-publique>

ressources physiques, la question de l'accès ne se pose pas. En revanche, elle est facilement contrôlable pour les contenus numériques. En effet, afin de repérer les liens cassés ou morts, un module complémentaire peut être installé sur le navigateur Internet. Il suffit alors de le lancer régulièrement pour qu'il signale les erreurs d'accès⁵⁴. Un autre inconvénient est l'évaluation de l'utilisation de la ressource. En effet les plateformes de VOD, comme Médiathèque Numérique, proposent des statistiques sur le nombre des nouveaux inscrits, d'utilisateurs connectés, de films visionnés ou encore la répartition des consommations par genre. Or les outils de médiation numérique pour la vidéo gratuite en ligne ne proposent pas ce type d'évaluation puisqu'ils ne sont pas pensés à la base pour des professionnels mais pour des usagers lambda. Pour avoir une idée de la répercussion de ces ressources, il faudrait peut-être se tourner vers le web social et constater des retours via le nombre de like, de partages ou les commentaires rédigés par les usagers.

Il existe une autre dimension qui pourrait justifier une intégration de la vidéo en ligne gratuite dans l'offre d'une médiathèque de lecture publique qui dépasse la comparaison avec la collection physique et la VOD. Il s'agit du public que ce type de ressources numériques peut intéresser. En effet, elle pourrait permettre de toucher le jeune public, souvent absent dans la médiathèque car « 95% des 15-24 ans consomment de la vidéo sur ordinateur mobile ou tablette au moins une fois par mois. 64% tous les jours ou presque » selon l'étude *La vidéo en France en 2016 – Pratiques et enjeux* de Médiamétrie et IABD France⁵⁵. Un constat affiné par le communiqué de presse de Médiamétrie *L'Audience Vidéo Ordinateur en France en mars 2017* qui signale que la sous-catégorie « Vidéos/Cinéma » est la deuxième forme de vidéo en ligne sur ordinateur à être consommée par les 15-24 ans, après les jeux vidéo⁵⁶.

À condition que les contenus numériques valorisés fassent écho aux collections physiques, la vidéo en ligne peut donc être un moyen d'attirer les jeunes dans l'enceinte de la médiathèque, un public dont certains établissements peinent à capter l'attention. De plus,

54 Par exemple, LinkChecker est un utilitaire qui scanne les sites web pour signaler les liens internes et externes inactifs.

55 MÉDIAMÉTRIE, IAB FRANCE. La vidéo en ligne en France en 2016 : pratique et enjeux. *mindnews.fr* [en ligne]. 24 mai 2016. [Consulté le 17 août 2017]. Disponible à l'adresse : <http://www.mindnews.fr/articles/mediametrie-iab-france-les-usage-de-la-video-en-ligne-en-2016.7709.html>

56 MÉDIAMÉTRIE. L'Audience Vidéo Ordinateur en France en mars 2017. Communiqué de presse. *Mediametrie.fr* [en ligne]. 2 mai 2017. [Consulté le 17 août 2017]. Disponible à l'adresse : <http://www.mediametrie.fr/internet/communiques/l-audience-video-ordinateur-en-france-en-mars-2017.php?id=1668>

cette ressource permettrait également de tisser du lien avec d'autres contenus de la collection.

c. Enjeux bibliothéconomiques

Malgré ces nombreux intérêts potentiels, la vidéo en ligne gratuite questionne en tant que document au sein d'une médiathèque. De part sa gratuité et son accès illimité, a-t-elle sa place dans l'offre de lecture publique ? Et si oui, dans la politique documentaire de l'établissement ? Il y a donc la nécessité d'une réflexion en amont par rapport aux objectifs de la médiathèque et aux besoins des usagers.

Dans une certaine mesure, la réponse dépend de sa position dans la collection. Si elle est un outil pour promouvoir l'offre, il ne semble pas pertinent de l'inscrire dans le projet de l'établissement. Mais si elle fait partie intégrante de la collection, sa sélection et sa médiation doivent être pensées dans la politique documentaire.

Sa nature numérique pose une autre interrogation au niveau du traitement documentaire. La vidéo en ligne doit-elle être indexée et signalée dans le SIGB⁵⁷ de l'établissement ? Son catalogage permettrait de la considérer au même titre que les supports physiques mais risquerait également de la noyer dans la masse des ressources disponibles⁵⁸. Une autre initiative pour la mettre en avant est la rematérialisation dans les espaces de la médiathèques à l'aide de fantômes par exemple. Mais le plus souvent, la vidéo en ligne est signalée sur le site Internet de la médiathèque, dans un onglet « ressources numériques ».

La gratuité est le second enjeu bibliothéconomique que la vidéo en ligne soulève. C'est un argument que nous avons avancé en sa faveur. Or si l'accès au contenu est gratuit, il serait illusoire de croire que son fonctionnement l'est aussi puisque le numérique a besoin d'énergie et de matières premières. Ainsi plusieurs éléments entrent en ligne de compte pour le budget de la médiathèque : l'électricité nécessaire aux postes informatiques en libre consultation et leur maintenance, l'abonnement internet, le débit de la bande passante, l'hébergement du site ou du portail où sont publiées les vidéos, l'achat et le maintien des

57 Système Intégré de Gestion de Bibliothèque.

58 Webdocumentaires, webséries, ... *agorabib.fr* [en ligne]. Mars 2013. [Consulté le 20 décembre 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.agorabib.fr/topic/158-webdocumentaires-webs%C3%A9ries/>

serveurs quand la ville possède les siens... Il s'agit ici de considérations techniques qui en tant que telles ne sont pas spécifiques à la vidéo en ligne mais qui deviennent importantes si la médiathèque propose des postes de consultation sur place.

Le type de lecteur, choisi ou imposé, relève également de la gratuité de la vidéo en ligne. Quand la médiathèque n'intègre pas les contenus directement grâce au lecteur embarqué, elle passe par une plateforme d'hébergement, de partage et de visionnement. Or si les trois principales, dont le modèle économique a été étudié plus haut, offrent un accès freemium, leur service n'en est pas pour autant entièrement gratuit. En effet, le fonctionnement des plateformes est basé sur l'économie de l'attention : elles mettent tout en œuvre pour attirer et fidéliser les internautes qui utilisent librement leurs services en contrepartie de visionnement de publicités. De plus, la politique de confidentialité qu'elles appliquent leurs permettent d'utiliser les données recueillies sur les utilisateurs. Deux types de données sont récupérées : les données d'inscription, par exemple « identifiant, nom, prénom, sexe, date de naissance et une adresse de messagerie électronique valide » chez Dailymotion ; et les données d'utilisation. Ces dernières concernant à la fois le matériel utilisé comme « l'appareil [utilisé], par exemple, le modèle, la version du système d'exploitation, les identifiants uniques de l'appareil et les informations relatives au réseau mobile, y compris [le] numéro de téléphone » chez YouTube et la navigation donc « les pages visitées, le type de navigateur utilisé, l'heure et la date de navigation, les publicités sur lesquelles vous cliquez » sur Dailymotion. Vimeo applique le même type de distinction dans sa politique de confidentialité.

Les trois plateformes précisent également les destinataires des données. Si l'entreprise française affirme que les données personnelles « sont destinées uniquement à Dailymotion » et qu'elles « ne font l'objet d'aucune communication à des tiers », le leader américain et l'indépendant se réservent la possibilité de les diffuser dans leurs filiales pour les recouper avec celles des autres services qu'elles proposent.

Les plateformes se positionnent aussi sur le traitement des données : l'utilisation et la conservation. Les informations personnelles, comme l'adresse e-mail ou l'adresse postale, peuvent ainsi être utilisées pour communiquer avec l'utilisateur. Les données d'utilisation peuvent être traitées de nombreuses manières : effectuer des statistiques de consultation des pages pour analyser le trafic généré sur le site, optimiser le fonctionnement et améliorer la qualité et le confort d'utilisation du site, accroître l'efficacité des campagnes marketing et

publicitaires... Si les trois plateformes déclarent conserver les données des utilisateurs même après la suppression du compte, seul Dailymotion précise la durée de conservation : « pendant une durée de un an à compter de la désactivation de votre compte. Au-delà de cette durée, les Données ainsi que le Contenu seront supprimés de nos serveurs [...]. » Cependant les plateformes expliquent quelles technologies sont employées pour récupérer les données d'utilisation. Les trois font appelent aux cookies, des fichiers textes de petites tailles stockés sur le terminal de l'utilisateur qui permettent de conserver les données d'utilisation pour faciliter la navigation. Dailymotion et YouTube emploient également les balises pixels. Il s'agit de très petites images numériques transparentes utilisées pour collecter des informations sur l'activité de leurs utilisateurs.

La gratuité que propose ces plateformes est donc à nuancer. Cet aspect est à prendre en compte lors de la mise en place d'une ressource numérique car il peut faire rater la rencontre avec le public. C'est donc au bibliothécaire de prévenir l'usager des risques lors de l'utilisation des plateformes d'hébergement de vidéos en ligne et de lui apprendre à s'en prémunir, comme nous allons en parler plus loin. En effet, l'internaute peut faire obstacle au traçage automatique en modifiant les paramètres de son navigateur Internet.

Un autre frein lié au numérique est l'absence de compétences informatiques sur la plateforme choisie pour la médiation. En effet l'accès aux ressources numériques n'est pas évident par rapport aux documents physiques qu'il suffit d'ouvrir ou d'insérer dans un lecteur. La vidéo en ligne ne fait pas exception. Elle nécessite parfois des formations à l'intention des usagers : une présentation de la plateforme dédiée durant un atelier, un tutoriel sur le site Internet de la médiathèque, une aide à la création d'un compte personnel si l'usager souhaite interagir avec les autres internautes... Ces dispositions peuvent répondre en partie au faible taux de consultation que l'on impute souvent à un manque d'intérêt de la part des usagers.

Mais le besoin de formation peut aussi se faire ressentir au niveau des professionnels. Cette nécessité a été identifiée par l'association Images en Bibliothèques dès 2012 en initiant « Le Mois du webdoc » dans le cadre du « Mois du film documentaire ». Cette valorisation a trois buts : prospecter la production récente, inciter les médiathèques à créer des sélections thématiques et à organiser des événements. Depuis, l'association propose des journées d'étude dédiées à ce type de vidéo en ligne. En 2015 a eu lieu une journée professionnelle

sur « le webdocumentaire en médiathèque »⁵⁹ qui a permis de dresser le panorama de la production récente et de présenter le festival Singulier/Pluriel⁶⁰ de la BPI sur les webcréations documentaires, avec une attention portée à la réalité virtuelle. Les moyens de diffusion et de médiation des webdocumentaires en médiathèques ont également été abordés ainsi que sa conservation patrimoniale. Pour aller plus loin, l'association organise une formation professionnelle sur ce thème comme cela a été le cas pour la Médiathèque départementale de l'Hérault en mai 2017, et en décembre, une journée d'étude abordera ce thème d'une manière plus large en traitant du « Cinéma et [des] ressources libres ».

d. Aspects déontologiques et juridiques

En plus des enjeux bibliothéconomiques qu'elle soulève, la vidéo en ligne pose aussi des questions sur le plan déontologique et juridique.

Du point de vue de la déontologie, un problème a été soulevé fin 2016 quant à YouTube. Des vidéastes se sont aperçus de la démonétisation⁶¹ de leurs vidéos sur cette plateforme pour des motifs qu'ils ont jugés subjectifs. Selon les consignes relatives aux contenus adaptés aux annonceurs, les créateurs ne peuvent ainsi plus aborder certains « sujets et événements controversés ou sensibles, tels qu'une guerre, un conflit politique, une catastrophe naturelle ou une tragédie, même si des images choquantes ne sont pas diffusées. »⁶² Certains vidéastes ont donc dénoncé ces critères qu'ils considèrent comme de la censure. Face à cette polémique, une médiathèque utilisant YouTube pourrait donc être accusée de soutenir les critères abusifs de la plateforme. Une position délicate à tenir au vu du *Code de déontologie des bibliothécaires* qui déclare que les professionnels s'engagent à « ne pratiquer aucune censure, [à] garantir le pluralisme et l'encyclopédisme intellectuel des collections »⁶³.

Un second problème déontologique se passe au niveau du confort de lecture des vidéos en ligne. En effet qu'elles soient visionnées sur la plateforme ou via un lecteur embarqué, des publicités peuvent s'intercaler avant ou pendant la vidéo. Pour garantir à l'utilisateur un confort de lecture, les professionnels peuvent installer un bloqueur de publicités ou en

59 <http://www.imagesenbibliotheques.fr/spip.php?rubrique435>

60 <http://www.bpi.fr/agenda/singulier--pluriel>

61 Retrait des publicités présentes dans les vidéos qui engendre la fin des profits qu'elles génèrent à l'auteur.

62 <https://support.google.com/youtube/answer/6162278>

63 ASSOCIATION DES BIBLIOTHÉCAIRES DE FRANCE. Op. cit, p. 21.

recommander l'installation. Le plus célèbre est Adblock⁶⁴, un module complémentaire pour les navigateurs web. Or si cette solution soulage les utilisateurs, elle dessert les vidéastes car le blocage des publicités sur leurs vidéos empêchent la monétisation de celles-ci et donc la rémunération des créateurs. Cependant depuis 2016, la société Eyeo, éditrice d'Ablock, a mis en place le concept de « publicités acceptables ». Il s'agit de contenus publicitaires considérés comme non-intrusifs selon des critères précis (emplacement, distinction, taille...) par la communauté des utilisateurs. Grâce à une option dans les paramètres, l'utilisateur peut accepter ce type de publicités. Mais cette solution n'est pas viable pour les vidéastes car « les publicités vidéo ou audio automatiquement déclenchées »⁶⁵ qui s'affichent avant ou pendant leur création sont considérées comme des publicités inacceptables par Adblock, donc toutes les publicités, quelles soient pré-roll ou mid-roll.

Un choix similaire se pose au niveau des plateformes d'hébergement de vidéo en ligne. Comme nous l'avons vu précédemment, elles collectent les données de leurs utilisateurs en échange de leur utilisation gratuite grâce à des mouchards, des pixels et des balises. Or cette récupération peut rebuter certains usagers. Mais comme pour les publicités, il existe des bloqueurs de mouchards⁶⁶. Si cette solution peut rassurer les usagers, elle est incomplète. En effet, « le taux de filtrage est au mieux de 80 % »⁶⁷. De plus, ce blocage dessert également les créateurs de contenus puisqu'ils se servent des données d'utilisation des internautes pour développer leur chaîne et améliorer leurs revenus. Par exemple, la plateforme de Google propose à ses créateurs YouTube Analytics, un service gratuit d'analyse d'audience d'une chaîne. Grâce à la récupération des données des utilisateurs, les vidéastes peuvent savoir lesquelles de leurs vidéos sont les plus regardées, dans quels pays ils ont le plus d'abonnés...⁶⁸ Cette situation semble donc une impasse car d'un côté, il y a la protection des utilisateurs et d'un autre, un échange de service à travers le visionnement gratuit d'une vidéo contre la récupération des données d'utilisation.

Pourtant les professionnels se doivent de « garantir la confidentialité des usages » comme

64 <https://adblockplus.org/fr/>

65 <https://adblockplus.org/fr/acceptable-ads#criteria>

66 Module complémentaire pour le navigateur web Firefox, Ghostery permet à l'internaute de détecter les intrus et de les désactiver.

67 KALLENBORN, Gilbert. Mouchards publicitaires : ce que Ghostery, Adblock Plus et consorts laissent passer. *01net.com* [en ligne]. 03 mai 2017. Disponible à l'adresse : <http://www.01net.com/actualites/mouchards-publicitaires-ce-que-ghostery-adblock-plus-et-consorts-laissent-passer-1155442.html>

68 <https://support.google.com/youtube/answer/1714323?hl=fr>

l'annonce le *Code de déontologie du bibliothécaire*⁶⁹ de l'ABF adopté en 2003. Cette protection est également précisée dans le *Code d'éthique de l'IFLA pour les bibliothécaires et les autres professionnel(le)s de l'information*⁷⁰ datant de 2012 : « Les bibliothécaires et les autres professionnel(le)s de l'information respectent la vie privée et la protection des données personnelles partagées, de fait, entre les usagers et les institutions ». Une question toujours d'actualité au regard d'un récent billet sur le blog Biblio Numericus de Thomas Fourmeux, responsable numérique à la médiathèque Georges Wolinski de Noisy-le-Grand, sur le droit à la vie privée des usagers : « Nous devons leur montrer que quand ils sont sur un site, ils sont en réalité pistés par d'autres sites. Il faut leur dire que quand ils font une recherche sur des sites dont la connexion n'est pas chiffrée, n'importe qui peut voir ce qu'ils consultent. L'objectif [est] de les sensibiliser, de leur montrer ce que ça implique comme conséquence pour leur vie privée et leurs données personnelles. »⁷¹ Une des solutions est donc d'avertir l'utilisateur des risques qu'il encourt quand il sort de l'écosystème de la médiathèque et ainsi de lui laisser le choix de l'utilisation ou non d'une plateforme d'hébergement de vidéos en ligne, en toute connaissance de cause. Mais cette sensibilisation de l'utilisateur passe d'abord par la formation des professionnels comme le souligne Thomas Fourmeux : « Nous devons donc sensibiliser, accompagner et former les citoyens à ces problématiques. Mais cela implique nécessairement de nous former nous-mêmes. Cela nécessite aussi d'avoir des pratiques qui soient respectueuses de la vie privée de nos usagers. »

Si la vidéo en ligne gratuite soulève des enjeux déontologiques, elle est également le centre de préoccupation juridique, notamment quant à son contenu. En effet, la médiathèque est tenue de vérifier que les vidéos sélectionnées sur une plateforme d'hébergement respectent les droits d'auteur. Au niveau du contenant, la situation est plus délicate car les conditions générales d'utilisation des trois plateformes étudiées limitent leur accès à un usage personnel. Dans le cadre d'une médiathèque, cette règle ne peut s'appliquer puisque l'établissement fait une utilisation collective du service. Mais selon Lionel Maurel, ancien conservateur à la Bibliothèque Nationale de France, cette incertitude juridique « constitue

69 ASSOCIATION DES BIBLIOTHÉCAIRES DE FRANCE. Op. cit, p. 21.

70 INTERNATIONAL FEDERATION OF LIBRARY ASSOCIATIONS AND INSTITUTIONS. Op. cit. p. 21.

71 FOURMEUX, Thomas. Garantir le droit à la vie privée, un impératif moral. *biblinumericus.fr* [en ligne]. 29 juin 2017. Disponible à l'adresse : <https://biblinumericus.fr/2017/06/29/garantir-le-droit-a-la-vie-privee-un-imperatif-moral/>

de toutes façons une dimension importante du droit appliqué aux pratiques innovantes que le numérique a fait émerger. »⁷²

Dans son article pour le Bulletin des Bibliothèques de France, *Faut-il respecter le droit en bibliothèque ?*, il explique que les ressources numériques ne sont pas bibliocompatibles car le numérique a été pensé pour une utilisation personnelle et non collective comme en médiathèque.⁷³ Mais respecter les conditions générales d'utilisation des plateformes d'hébergement reviendrait à couper les usagers de la médiathèque d'une grande partie de la production artistique mondiale. Heureusement pour les professionnels, cette utilisation collective est tolérée pour le moment puisque qu'elle permet de contribuer à l'augmentation du nombre de vues sur les vidéos valorisées.

Au vu des enjeux bibliothéconomiques, déontologiques et juridiques qu'elle soulève, la vidéo en ligne doit faire l'objet d'une réflexion en amont de sa sélection. Si sa place en médiathèque de lecture publique semble légitime, sa médiation n'est au contraire pas évidente.

3. Médiation autour des ressources numériques en médiathèque

a . Quelle différence entre une médiation pour une collection physique et une collection numérique ?

C'est une question que nous pouvons légitimement nous poser car il y aura forcément des différences et des points communs entre les médiations de ces deux types de ressources. Mais les points communs sont-ils une transposition des pratiques ou bien une adaptation pour prendre en compte l'aspect numérique de la collection ? Dans son mémoire, *Les ressources numériques dans les médiathèques territoriales: état des lieux et lignes de fuites*⁷⁴, Julien Gusthiot affirmait que « Tout d'abord, les ressources numériques ont généralement

72 MAUREL, Lionel. La bibliothèque sur le web et le nouvel environnement de la publication numérique : situation et perspectives. Yves Alix. *Droit d'auteur et bibliothèques*, Cercle de la librairie, 2012. Disponible à l'adresse : <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01358293/document>

73 MAUREL, Lionel. Faut-il respecter le droit en bibliothèque ? *Bulletin des bibliothèques de France*, 2011, n°3, p. 6-10. Disponible en ligne : <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2011-03-0006-001.pdf>

74 GUSTHIOT, Julien. Op. cit. p. 24.

été appréhendées de la même manière que les autres, c'est-à-dire que les règles qui présidaient à la valorisation, à la mise en vue du fond physique ont été appliquées à l'offre dématérialisée comme si elles étaient présentes sur les rayonnages ou dans le moteur de recherche du catalogue et, simultanément comme si leur présence effective allait de soi pour l'utilisateur. » Il s'agissait donc plus d'une transposition des pratiques professionnelles pour la collection physique à la collection numérique que d'une adaptation. Or les deux fonds, n'étant pas de la même nature, ils ne peuvent être appréhendés de la même manière. En effet, l'aspect dématérialisé de la collection numérique implique de prendre en compte des éléments bien précis : son positionnement par rapport à la collection physique, son accessibilité et sa valorisation. Trois points que Julien Gusthiot a également abordé dans son mémoire : « [...] leur positionnement face à la collection physique était teinté d'ambiguïté : étaient-elles un complément ? Un service supplémentaire mais marginal ? Cette ambivalence signifiait qu'il fallait avoir une offre sans que l'on parvienne à en déterminer les contours, les motifs et surtout les modalités de leur intégration au sein de la politique culturelle de l'établissement. En l'absence d'un lien fort avec l'offre bien identifiée par les usagers de la bibliothèque, les ressources numériques sont restées hors de prise (dans l'ensemble) des publics et ce malgré une demande constatée. » Sans un positionnement clair et assumé de la collection numérique, notamment à travers la politique documentaire de l'établissement, sa relation avec le fonds physique reste ambiguë. Ce lien équivoque entre les deux types de ressources découle en partie de la nature dématérialisée des contenus numériques, et donc de leur mode d'accès. En effet, l'accessibilité à distance de ces contenus rend leur sérendipité nulle face à celle du fonds physique. Or de nombreux usagers empruntent des documents suite à une flânerie dans les différents secteurs. Enfin les ressources numériques ne sont pas signalées sur le catalogue de la bibliothèque car elles sont hébergées sur un serveur privé. Leur présence est seulement visible par un lien ou un logo, ce qui les met d'emblée à part vis-à-vis de la collection physique. Le mode d'accès est donc à prendre en compte dans la valorisation des contenus numériques. « Une deuxième stratégie de valorisation doit se greffer à celle qui est déjà pratiquée pour les supports physiques dont le site web devient un élément fondamental. En effet, il est le seul passage obligé pour accéder aux ressources numériques. En conséquence, il doit dépasser son rôle de portail documentaire, de point d'accès pour devenir un élément du circuit de la médiation. »⁷⁵. La

75 Ibid.

collection numérique inclut donc une nouvelle dimension dans la médiation et notamment au niveau du portail documentaire. Alors qu'il est principalement utilisé pour accéder aux informations pratiques (horaires, adresse...) ou aux actualités des animations de l'établissement, il doit aussi être clairement indiqué comme un point d'accès à des ressources dématérialisées, ce qui n'est pas forcément évident quand le public n'a pas l'habitude de l'utiliser dans ce sens-là. De plus, les usagers ignorent souvent la présence de cette offre car elle n'est pas visible comme la collection physique et les techniques de valorisation de ces ressources ne peuvent pas s'appliquer aux contenus numériques (table thématique, présentation faciale, chariot de retour, table des nouveautés...). Quelles techniques de médiation physique seraient donc adaptées à une collection numérique ?

C'est une question à laquelle Alicia León y Barella a répondu dans son mémoire sur un type particulier de ressource numérique : la vidéo à la demande⁷⁶. En effet elle encourage les professionnels à penser une médiation dans l'enceinte de l'établissement pour lier les espaces numériques et physiques. « [...] les collections dématérialisées doivent être « rematérialisées » et promues dans l'enceinte de la bibliothèque. Cette rematérialisation peut se faire grâce à l'utilisation de « jaquettes fantômes » présentes dans les rayonnages des DVD. L'apposition d'un flashcode sur ces jaquettes fantômes pourrait également permettre un accès direct au film choisi depuis les terminaux mobiles (smartphones ou tablettes), quand cette fonctionnalité sera disponible. On peut aussi imaginer des inscriptions sur les jaquettes des DVD incitant les usagers à connaître les collections numériques. » Des sélections ou des filmographies thématiques, proposant à la fois des DVD et des films dématérialisés, pourraient aussi être consultables sur place. Il est également possible de communiquer sur l'existence et le fonctionnement de la plateforme de VOD grâce à des journées de formation dédiées aux usagers ou à des flyers et des affiches dans la médiathèque. Des visuels sont souvent proposés par des plateformes comme Médiathèque Numérique. Certaines tutelles préfèrent cependant confier cette tâche à leur service de communication afin que les supports intègrent la charte graphique de la ville. Alicia León y Barella conseille aussi d'« organiser des activités en continuité avec les supports physiques de vidéo, comme les projections publiques, l'organisation de rétrospectives thématiques

76 LEON Y BARELLA, Alicia. *La Vidéo à la demande en bibliothèque : Bilan et perspectives*. Mémoire d'étude : Diplôme de Conservateur territorial des Bibliothèques. Université de Lyon, 2013. 100 p. Disponible en ligne : <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/60376-la-video-a-la-demande-en-bibliotheque-bilan-et-perspectives.pdf>

avec projections à la bibliothèque et participation d'intervenants variés comme des historiens du cinéma ou des acteurs de la chaîne du film (producteurs, réalisateurs, acteurs, monteurs, etc.) [...]. ». Néanmoins les projections publiques sont seulement possibles sur certaines plateformes qui ont préalablement négocié ce droit comme c'est le cas pour CVS, tandis que Les Yeux Doc autorise cette diffusion aux établissements qui ont opté pour cette option lors de leur abonnement. La projection publique, accompagnée d'une conférence ou d'une rencontre, est un type de médiation physique cohérent pour lier les ressources numériques et l'espace physique. Cette animation pourrait également s'inscrire dans un programme d'éducation à l'image ou dans l'actualité locale ou nationale comme le Mois du Film Documentaire.

Si la médiation physique de la collection numérique apporte des pistes intéressantes pour proposer une plus-value aux usagers, elle reste néanmoins insuffisante. En effet, les professionnels ne peuvent se contenter d'animations sur place pour valoriser des contenus dématérialisés. Il leur faut alors investir l'environnement dans lequel évoluent ces ressources.

b. Une médiation numérique pour des ressources numériques ?

C'est dans *Médiation numérique : qu'est-ce que les bibliothèques peuvent apporter au Web ?*⁷⁷, le mémoire d'étude de Johanna Vogel, que l'on apprend d'où provient le terme de « médiation numérique » dans le contexte professionnel des bibliothèques. L'expression « médiation numérique » apparaît pour la première fois sur Internet dans un billet du blog Bibliobsession du 28 juin 2007 qui titre « Médiation numérique dans les bibliothèques, une voie d'avenir ». Trois ans plus tard, Sylvère Mercier, chargé de la communication numérique à la Bibliothèque Publique d'Information, reprend sa définition afin de l'affiner : « La médiation numérique des savoirs est une démarche visant à mettre en œuvre des dispositifs de flux, des dispositifs passerelles et des dispositifs ponctuels pour favoriser l'accès organisé ou fortuit, l'appropriation et la dissémination de contenus à des fins de diffusion des savoirs

77 VOGEL, Johanna. *Médiation numérique : qu'est-ce que les bibliothèques peuvent apporter au Web ?* Mémoire d'étude : Diplôme de Conservateur territorial des Bibliothèques. Université de Lyon, 2011. 101 p. Disponible en ligne : <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/notices/49484-mediation-numerique-qu-est-ce-que-les-bibliotheques-peuvent-apporter-au-web>

et des savoir-faire. »⁷⁸ Cécile Gardiès et Isabelle Fabre, maîtres de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'université de Toulouse, ont complété la définition de ces nouveaux dispositifs en précisant qu'ils prenaient place dans l'environnement numérique⁷⁹. Cependant l'appropriation de ce nouvel espace ne se fait pas naturellement. Les professionnels doivent donc acquérir les compétences adéquates pour évoluer hors de l'environnement physique traditionnel de l'établissement, comme le souligne Julien Gusthiot⁸⁰. Mais ces nouvelles aptitudes n'ont de sens que si elles permettent de s'inscrire dans les habitudes des internautes. En effet, «[...] il est plus efficient de prendre position dans les parcours « naturels » des internautes plutôt que d'essayer d'attirer leur attention vers un service, un portail documentaire, peu visible à l'échelle d'un moteur de recherche. Sans doute, la perspective habituelle doit elle être renversée: non pas imposer les codes bibliothéconomiques au public mais partir de ses attentes, de ses codes. »⁸¹

Face au numérique, les règles changent donc. Géraldine Barron et Pauline Le Goff-Janton l'ont bien compris lorsqu'elles annoncent, à propos des ressources en ligne gratuites : « [...] à la différence des ressources matérielles ou même des ressources numériques payantes, il ne s'agit plus de définir des orientations budgétaires mais des capacités signalétiques : il faut gérer la masse d'information (l'infobésité), conserver la maîtrise de ce qu'on signale (capacité de traitement) et être en mesure de la valoriser (médiation numérique). »⁸² La première étape de la valorisation des ressources numériques passe donc par la signalisation. Une idée déjà soutenue par Johanna Vogel en 2011 et qui ajoutait la nécessité d'inscrire ces nouvelles pratiques dans le parcours de l'internaute, hypothèse défendue également par Julien Gusthiot comme nous l'avons vu plus haut. « La médiation numérique formalise le principe de dissémination des contenus. Il faut multiplier les occasions de signaler et de proposer les ressources de la bibliothèque. Dès 2006, Sylvère Mercier décrivait des moyens de s'immiscer dans le parcours numérique des Internaute. Il faut contextualiser la bibliothèque dans leur

78 MERCIER, Sylvère. Médiation numérique : une définition. *bibliobsession.net* [en ligne]. Mis à jour le 14 septembre 2016 [Consulté le 17 août 2017]. Disponible à l'adresse : <http://www.bibliobsession.net/2010/03/03/mediation-numerique-en-bibliotheque-une-definition/>

79 GALAUP Xavier (dir.). *Développer la médiation documentaire numérique*. Villeurbanne : Presses de l'ENSSIB, 2012. 228 p. La Boîte à outils, 25. Disponible en ligne : <http://mediationdoc.enssib.fr/lire-en-ligne>

80 « De nouvelles compétences sont jugées nécessaires autour de la maîtrise des nouvelles technologies et de la médiation numérique (en notant que cette voie est déjà partiellement suivie par des établissements qui créent des cellules spécifiquement dédiées à ces questions ou recrutent des profils atypiques). » In GUSTHIOT, Julien. Op. cit. p. 24.

81 Ibid.

82 BARRON, Géraldine et LE GOFF-JANTON, Pauline (dir.). *Intégrer des ressources numériques dans les collections*. Villeurbanne : Presses de l'ENSSIB, 2014. La Boîte à outils, 29. 184 p.

environnement pour leur apporter l'information là ils la cherchent naturellement et faire naître la rencontre. »⁸³

Pour favoriser cette rencontre entre l'utilisateur et les ressources numériques sélectionnées par l'établissement, Johanna Vogel conseille donc aux professionnels d'investir l'environnement numérique de l'utilisateur. Puis elle recommande de passer à la médiation thématique afin de reproduire la valorisation des documents dans l'enceinte de la médiathèque comme les tables thématiques mais également les nouveautés, les coups de coeur, les derniers documents consultés... Enfin, elle incite les professionnels à humaniser la bibliothèque en ligne. Il s'agit de construire une identité précise à l'établissement à travers une charte graphique et éditoriale claire adaptée à l'image que la médiathèque veut renvoyer. Plus ciblées sur le portail documentaire de l'établissement, les recommandations de Julien Gusthiot en matière de médiation numérique sont au nombre de trois. Le moteur de recherche du catalogue devrait proposer des contenus indépendamment de leur format afin de mélanger documents physiques et ressources dématérialisées. Ensuite les rayonnages virtuels pourraient favoriser la flânerie grâce à la présentation du document avec son visuel et la possibilité d'en consulter un extrait. Enfin le portail documentaire devrait favoriser la sérendipité à travers le conseil des bibliothécaires, idée qui rejoint celle de Johanna Vogel quand elle évoque la médiation thématique, et le moteur statique. Alimenté par les commentaires des internautes, celui-ci donnerait une dimension sociale et permettrait ainsi aux usagers de comparer leurs goûts. Mais Julien Gusthiot pointe la difficulté des bibliothèques locales à inciter les usagers à participer. Au point que certaines ont décidé d'importer les commentaires ou les notations de sites externes spécialisés comme Babelio⁸⁴. Cependant nous pouvons nous demander si ces techniques de médiation numérique sont adaptées à un type de ressource particulier comme la VOD. S'il est évident que les professionnels ne doivent pas se contenter de proposer ces ressources comme une bibliothèque complète et autonome, il leur est alors nécessaire d'assumer un rôle de prescription afin de mettre des ressources pertinentes en valeur selon le projet de l'établissement ou les actualités locales et nationales. Comme Alicia Leon y Barella l'a souligné : « Le risque est de ne faire de la bibliothèque qu'un relais d'une offre commerciale

83 VOGEL, Johanna. Op. cit. p. 35

84 <https://www.babelio.com/>

qui sera identique de Lille à Marseille, sans proposer de valeur ajoutée, de contenus propres. La plateforme de VàD perd de son sens si elle est complètement détachée des actions culturelles menées par chaque bibliothèque, en négligeant les liens entre les collections physiques et numériques. Les usagers iront sur la plateforme parce qu'elle offre gratuitement accès à des films disponibles par ailleurs sur internet, mais sans rien retirer de plus. »⁸⁵ Il est donc insuffisant de se contenter de communiquer sur la VOD. Le professionnel doit créer une plus-value sur cette ressource numérique afin d'attirer l'attention des usagers. La communication via la newsletter de l'établissement ou les messages sur les réseaux sociaux demande une implication plus importante de la part des professionnels pour valoriser certains titres selon un thème particulier, idéalement lié à l'actualité culturelle ou artistique locale dans l'objectif d'ancrer la médiathèque dans son territoire. Cependant il est compliqué de faire un lien sur une ressource précise pour deux raisons. La plupart des services VOD demande une identification préalable sur le site de la médiathèque avant d'autoriser l'accès à la plateforme dédiée, un système qui oblige les usagers à effectuer un aller-retour qui s'apparente à une perte de temps dans l'environnement numérique où le nombre de clics pour accéder à un contenu doit être le plus faible possible. Ensuite les DRM attachés à un document numérique interdisent l'insertion du lien de la ressource sur les réseaux sociaux, empêchant ainsi les professionnels de valoriser un contenu dans un environnement numérique prisé par les internautes. Système qui va à l'encontre de la principale recommandation que nous avons précédemment pointée dans les nombreux mémoires consacrés aux ressources numériques : s'immiscer dans le parcours numérique des Internauts. Ces deux raisons obligent donc les professionnels à se concentrer sur l'éditorialisation de la plateforme, en supposant que les usagers viennent régulièrement sur celle-ci pour découvrir les recommandations des médiathécaires.

Comme nous l'avons constaté lorsque nous avons comparé la vidéo en ligne gratuite et la VOD, il existe de nombreux obstacles à la médiation physique et numérique des ressources dématérialisées payantes. Les méthodes appliquées étant insuffisantes, il semble donc illusoire de croire qu'elles seront adaptées pour les contenus gratuits. Quelles techniques de médiation les professionnels ont-ils alors mis en place autour de la vidéo en ligne gratuite ?

À travers cet état de l'art sur la vidéo en ligne gratuite en médiathèque de lecture publique,

85 LEON Y BARELLA, Alicia. Op. cit. p. 34

nous pouvons formuler la problématique suivante : dans quelles mesures les professionnels adaptent-ils leurs pratiques de médiation pour la collection numérique à la vidéo en ligne ?

Notre première hypothèse concerne les pratiques professionnelles autour de la vidéo en ligne gratuite. Il semble que les professionnels des médiathèques de lecture publique mettent en oeuvre une médiation documentaire sur les contenus de type vidéo en ligne gratuite. Toutefois, nous pensons que les professionnels ne considèrent pas la vidéo en ligne, de par ses caractéristiques, comme faisant partie intégrante de la collection. Ils ne lui appliquent donc pas les pratiques professionnelles habituelles, tels l'acquisition, le catalogage, la signalisation... Parallèlement, bien que ne faisant pas partie des collections et donc n'étant pas intégrée dans une politique documentaire, la vidéo en ligne gratuite répond à des objectifs d'un projet d'établissement de par la souplesse qu'elle permet par rapport à une offre de VOD.

Afin d'affirmer ou d'infirmer la véracité de ces suppositions, la seconde partie de ce mémoire donnera la parole aux professionnels des médiathèques de lecture publique sur la question de la médiation autour de la vidéo en ligne gratuite.

Deuxième partie : Observations des pratiques et entretien avec des professionnels sur la médiation de la vidéo en ligne gratuite

Afin de compléter l'état de l'art que nous avons dressé précédemment, il nous a semblé pertinent de proposer deux types d'expérimentation. Dans un premier temps, nous avons observé des pratiques professionnelles autour de la vidéo en ligne gratuite dans des médiathèques de lecture publique. Puis nous avons interrogé des professionnels sur la médiation qu'ils ont mis en place dans leur propre structure autour de ces contenus.

1. Observation des pratiques professionnelles

Afin de comparer les pratiques de médiation des professionnels, nous avons cherché les établissements qui ont mis en place une telle démarche autour de la vidéo en ligne gratuite. Les trois types de vidéos en ligne qui nous intéressent sont particulièrement représentés : les webséries, les webdocumentaires et les vidéos de vulgarisation scientifique et culturelle. Il ne s'agit pas ici de dresser une liste des bonnes pratiques mais de présenter des projets susceptibles d'amener des pistes de réflexion car chaque médiathèque de lecture publique citée a construit une initiative d'après un contexte particulier tels un territoire local, une politique documentaire, un public spécifique... Les projets présentés ne sont donc pas forcément compatibles pour un autre établissement.

a. Choix des éléments observés

Grâce à l'état de l'art que nous avons dressé dans la première partie de ce mémoire, des éléments d'observation ont naturellement émergé concernant la médiation mise en place pour la vidéo en ligne gratuite dans les médiathèques de lecture publique. Nous en avons dégagés six au total.

Le premier concerne le type de vidéos en ligne gratuite mis en avant : webséries, webdocumentaire, vidéos de vulgarisation culturelle ou scientifique...

Les critères de sélection de ces contenus est également un choix intéressant à relever afin de les comparer.

Il est également pertinent d'observer si les médiathèques ont signalé les vidéos valorisées dans leur catalogue. En effet cet élément pourra traduire la place que les professionnels accordent à ce type de contenu.

La médiation mise en place est un autre critère important. Si celle-ci s'est effectuée sur place, il sera intéressant d'observer sous quelle forme (conférence, rencontre, table ronde, dédicace...), le lieu où elle s'est déroulée ainsi que sa durée. Si elle a été mise en place à distance, nous examinerons sa forme (sithèque, articles de blog, listes thématiques...). Nous regarderons aussi l'outil utilisé ainsi que la manière d'y accéder, si une identification est nécessaire de la part de l'utilisateur ou si une formation est proposée pour le prendre en main. La plateforme hébergeant les vidéos sera également relevée ainsi que la manière d'accéder aux vidéos (soit par un lien direct soit par un lecteur embarqué).

La communication autour de la médiation est un élément qui sera observé afin de voir quels outils et quelles méthodes ont été appliqués avant, pendant et après l'événement. Cet examen permettra de voir si certaines structures ont mis en place un travail de *community manager* en interagissant avec le public.

Enfin, le dernier élément observé sera l'existence d'un retour de la part des professionnels sur leur médiation auprès de leurs collègues et partenaires.

b. Présentation des bibliothèques ciblées

Grâce à une veille sur la vidéo en ligne et à une recherche d'information, nous avons identifié neuf médiathèques de lecture publique. Toutes se sont emparées récemment de la vidéo en ligne gratuite en proposant une médiation spécifique autour de cette ressource.

Trois établissements du réseau des Bibliothèques de la Ville de Paris ont été retenus. Il s'agit de la médiathèque Marguerite Yourcenar, la bibliothèque Vaclav Havel et la bibliothèque spécialisée du Cinéma François Truffaut.

Deux structures dans le département de l'Hérault ont mis en place une médiation similaire autour de la vidéo en ligne gratuite : la médiathèque Gaston Baissette de Mauguio et la

médiathèque Montaigne de Frontignan.

Appartenant à des réseaux, la bibliothèque de quartier Cleunay de Rennes (Bibliothèques de Rennes Métropole) et la médiathèque George Sand de Moirans (Bibliothèques en pays voironnais) seront également observées.

Enfin, les médiathèques Jean Prévost de Bron et Denis Poisson de Pithiviers ont fait l'objet de notre examen.

2. Synthèse des pratiques professionnelles observées

a. La médiation dans l'espace physique et la communication associée

Nous avons trouvé six établissements ayant récemment proposé une médiation physique autour de la vidéo en ligne gratuite. Pour la plupart, les animations organisées sont des conférences autour d'un thème précis. C'est le cas pour la bibliothèque Cleunay, du réseau des médiathèques de Rennes Métropole, qui a invité trois youtubers en 2015 pour une table ronde et une séance de dédicace. L'équipe a souhaité présenter un panel des youtubers français en conviant Patrick Baud (Axolot), Benjamin Brillaud (Nota Bene) et Hubert (Metalliquoi ?). La communication autour de cet événement a été particulièrement soignée puisque les professionnels se sont emparés des outils les plus utilisés par les internautes pour s'adapter aux pratiques du public. Une communication totalement numérique assumée par l'équipe. En effet, pour annoncer l'animation, Léa Lacroix, qui était chargée de mission et de formation numérique pour les Bibliothèques de Rennes, a créé un événement Facebook⁸⁶ sur lequel elle a régulièrement publié pour attirer l'attention des usagers. Pour permettre un live-tweet pendant la table ronde, un hashtag avait été prévu. A l'issue de l'évènement, un journal a été réalisé à l'aide de l'outil de curation Storify⁸⁷. Enfin, l'enregistrement de la table ronde a permis de constituer un podcast⁸⁸ qui a été partagé sur les réseaux sociaux. Au vu de son succès, l'évènement a été reproduit l'année suivante⁸⁹.

Une animation sur le même thème a précédé la table ronde. Il s'agissait d'un atelier de deux

86 <https://www.facebook.com/events/190676981264361/>

87 <https://storify.com/LeaBiblio/des-youtubeurs-a-la-bibli>

88 <https://soundcloud.com/user-300472294/conf-youtubeurs-a-la-bibli-21-oct-2015>

89 <https://www.facebook.com/events/1801664793434646/>

jours sur la création de vidéo YouTube à destination des adolescents. Un animateur multimédia a expliqué les techniques d'écriture, de tournage et de montage en soulignant les spécificités des vidéos sur cette plateforme. La communication sur cet atelier s'est faite à la fois en ligne et dans les murs. En effet, un événement Facebook a été créé, un mail a été envoyé à la liste de diffusion de la maison de quartier qui accueillait l'animation et des flyers ont été disposés dans la bibliothèque Cleunay. Après l'atelier, les créations des participants ont été projetées en présence de leurs parents.

Les deux événements ont été suivis par la publication d'un album Flickr, site de partage de photographies, ainsi que d'un compte-rendu. En effet, Léa Lacroix et Patrick Boulat, bibliothécaire, ont publié un dossier explicatif sur l'organisation, accompagné de conseils⁹⁰.

Poussés par leur volonté de partager l'expérience afin d'encourager d'autres bibliothèques à se lancer dans l'aventure, ils ont formulé leur « envie de valoriser la culture Youtube en bibliothèque [...] ». Ils expliquent notamment que « les créations vidéo sur Internet doivent être considérées comme un objet culturel à part entière. Un objet différent de ce que l'on a connu jusqu'ici, qui connaît ses propres règles et modes de diffusion. Chacun peut mettre des contenus sur Youtube, et c'est en cela que les bibliothécaires peuvent avoir un rôle à jouer : repérer, sélectionner, mettre en valeur les contenus les plus pertinents, faire découvrir, faire créer à son tour. ». Leur discours semble donc refléter le positionnement particulier qu'ils accordent à la vidéo en ligne gratuite en tant que professionnels. Léa Lacroix et Patrick Boulat soulignent également l'importance du signalement, de la médiation et de la formation aux usagers.

Dans le cadre du Numok, le festival numérique des bibliothèques de Paris, trois établissements ont organisé des rencontres avec des youtubers. En 2015, la bibliothèque Marguerite Yourcenar a préparé une conférence autour des écritures numériques en invitant Ina Mihalache, créatrice de la chaîne Solange Te Parle. La communication autour de cet événement semble avoir été minimaliste car nous n'avons trouvé qu'un message l'annonçant sur le blog de la bibliothèque⁹¹. Les autres éléments de communication découverts n'émettaient pas de la médiathèque Marguerite Yourcenar mais de ses partenaires. La

90 LACROIX, Léa, BOULAT, Patrick. Des Youtubeurs à la bibli : la vulgarisation sur le web & les bibliothèques. *Docareennes.wordpress.com* [en ligne]. 12 novembre 2015. Disponible à l'adresse : <https://docareennes.wordpress.com/2015/11/12/des-youtubeurs-a-la-bibli-la-vulgarisation-sur-le-web-les-bibliotheques/>

91 <https://yourbiblog.wordpress.com/2015/10/08/numok-a-yourcenar-que-se-passe-t-il/>

rencontre a cependant été enregistrée et elle est consultable sur la chaîne YouTube des Bibliothèques de Paris⁹². En 2016, dans le cadre du même festival, une rencontre et un atelier booktube ont été organisés. La médiathèque proposait à ses usagers de venir discuter pendant une heure avec la booktubeuse Bulledop, puis de s'inscrire à un des deux ateliers d'écriture web qui suivaient. L'événement a été annoncé par des messages Facebook et une publication sur Tweeter. Il a été également live-tweeté et un message sur Facebook a été posté après avec un lien vers la chaîne YouTube de la vidéaste.

Deux autres médiathèques parisiennes ont profité du festival Numok pour mettre en place une rencontre avec des vidéastes. En 2016, la médiathèque François Truffaut de Paris a invité Romain Serir et Philippe Bunel (Cinefuzz), Hugo Amizet (Misterfox), Lucie Bellet (La fille aux soufflés), des youtubers traitant de cinéma sur leur chaîne⁹³. La même année, la bibliothèque Vaclav Havel a organisé une conférence sur le thème : « Être youtubeur, c'est quoi ? » avec Naya Ali (Naya : société et culture), Damien Duvot (Mr Meeea : jeux vidéo, BD et comics), Emilie David et Charlotte Robb (Miss Book : littérature)⁹⁴. Annoncée sur les réseaux sociaux et sur le blog de l'établissement, la conférence a été filmée et diffusée ensuite sur YouTube⁹⁵. La bibliothèque a souhaité continuer sa collaboration avec les youtubers puisqu'en 2017, elle a fait appel à Mickaël Launay, créateur de la chaîne Micmaths, pour des ateliers explicatifs autour des mathématiques⁹⁶. Si, dans le cadre de cette animation, il n'a pas été question de la technique de création de vidéo ou de la place des vidéastes, elle est malgré tout le reflet d'un positionnement professionnel assumé. En effet, l'équipe de la bibliothèque Vaclav Havel a reconnu une légitimité au youtubeur pour assurer la formation des usagers sur un domaine particulier.

Au contraire, certains établissements ont besoin de justifier la présence d'un vidéaste par un événement. Cette situation semble avoir été le cas à la médiathèque Jean Prévost de Bron qui a organisé, en 2016, une rencontre et une séance de dédicace avec Benjamin Brillaud (Nota Bene : Histoire), dans le cadre de la sortie de son livre *Les Pires batailles de l'Histoire*. Hormis un article sur le site de la médiathèque⁹⁷, aucune communication ne paraît avoir été

92 <https://www.youtube.com/watch?v=qTFt6Ud2EP>

93 <https://www.facebook.com/events/1397479263614682/>

94 <https://www.facebook.com/events/1667502023560472/>

95 <https://www.youtube.com/watch?v=6HAWJlBgbNA>

96 <http://blog-bibliotheque.paris.fr/vaclavhavel/2017/01/05/les-mathematiques-cest-magique/>

97 http://www.mediathequebron.fr/cms/articleview/id_profil/73/id_module/2/id/702

faite autour de la venue du youtubeur. De plus, la médiathèque ne semble pas en avoir profité pour valoriser ce type de vidéo en ligne gratuite.

Pour d'autres établissements, à l'opposé, ce contenu est un moyen de se mettre en avant en faisant un lien avec la vie artistique et culturelle locale. C'est le cas de la médiathèque Montaigne de Frontignan qui a constitué une médiation physique autour des webséries produites en Occitanie. Dans le cadre de son animation « On se fait une toile ? », projection d'un film suivie d'une discussion avec le public, l'équipe a décidé de consacrer une soirée annuelle aux webséries. L'établissement a donc organisé la projection de deux webséries locales, accompagnée d'une rencontre avec les réalisateurs : *L'Incroyable Odyssée* d'Axel et Gaël Rezé et *Spotters' Rift* de Léo Guyard. Afin de communiquer sur la soirée, une newsletter a été envoyée aux usagers, un message facebook a été publié sur le compte du réseau des médiathèques et des posters annonçaient l'événement dans l'enceinte de l'établissement. Une affiche de la websérie *Spotters' Rift* a également été suspendue dans l'espace Musique et Cinéma et un mannequin vêtu du costume d'un des personnages principaux a été placé à côté de l'accueil de la médiathèque. En plus de refléter le dynamisme du territoire où la médiathèque est implantée, cette soirée a permis au responsable du secteur Musique et Cinéma de communiquer sur le projet général autour des webséries aux spectateurs présents. Il a notamment expliqué la médiation numérique qui vient compléter les projections et les rencontres.

b. La médiation dans l'environnement numérique

La médiathèque Montaigne de Frontignan a récemment construit une médiation numérique autour des webséries. En 2015, un autre établissement a eu la même démarche. Il s'agit de la médiathèque Gaston Baissette de Mauguio. En plus d'avoir valorisé le même type de vidéo, ces établissements ont choisi le même outil pour cette mission c'est-à-dire le réseau social culturel SensCritique. Sans inscription préalable, ce site Internet permet aux internautes de consulter les fiches d'oeuvre (film, livre, album, jeu vidéo...) et les listes thématiques constituées par les utilisateurs. Après inscription, l'utilisateur peut noter, commenter ou ajouter une oeuvre dans une de ses listes. Il peut également comparer ses

goûts à ceux des autres utilisateurs et désigner certains comme ses éclaireurs dont il suivra alors les actions. Collaboratif, le site permet également aux inscrits de créer la fiche d'une oeuvre absente de la base de données et de modifier celles déjà en ligne. Les médiathèques de Mauguio et Frontignan se sont emparées de cet outil afin de créer des listes de webséries selon des thématiques définies.

Pour la première, il s'agit de répondre à la recommandations du code de déontologie du bibliothécaire de l'ABF : « garantir le pluralisme et l'encyclopédisme intellectuel des collections ». L'équipe a donc souhaité dresser un panorama des créations anciennes ou actuelles pour proposer un large éventail, des webséries comiques aux dramatiques, en passant par les productions canadiennes et belges⁹⁸. Cette thématisation permet de multiplier les points d'entrée, une websérie pouvant intégrer plusieurs listes, comme c'est le cas de *Out with dad* de Jason Leaver qui est présente dans trois catégories : « Du côté du Canada » (c'est une production canadienne), « Elles nous font rire » et « Born this way » (l'actrice principale incarne un personnage LGBT).

Pour la médiathèque de Frontignan, le projet est différent puisque la sélection ne repose pas sur l'encyclopédisme mais sur la volonté de mettre en avant des thèmes précis. En effet le projet de l'établissement, lors de sa création il y a deux ans, était de lier le territoire local et ses publics à travers des thématiques fortes facilement identifiables dans l'enceinte de la structure : l'environnement (le bâtiment a reçu la certification HQE⁹⁹ et s'inscrit dans un éco-quartier), le polar (le FIRN¹⁰⁰ est un des grands événements annuels organisés dans la ville), le dynamisme artistique et culturel local (des collections locales musicales et littéraires sont mises en avant dans les secteurs), la thématique fantastique / science-fiction (les médiathécaires se sont rendus compte que leurs publics étaient friands de ce genre) et le jeu vidéo (un espace spécifique lui est dédié)¹⁰¹.

Cependant l'équipe de professionnels ne s'est pas contentée de lier les webséries aux collections physiques en reprenant ces cinq thèmes. Elle l'a également fait en exploitant la possibilité d'éditorialisation du site SensCritique. Ainsi chaque liste rappelle, grâce à un descriptif, le lien qu'elle entretient avec la collection physique. Les deux médiathèques ont exploité l'éditorialisation à l'intérieur des listes en accompagnant chaque websérie

98 <https://www.senscritique.com/ThierryOlive/listes/all/likes>

99 Haute Qualité Environnementale

100 Festival International du Roman Noir

101 https://www.senscritique.com/mediathequesthau_agg/listes/all/likes

sélectionnée d'un lien d'accès direct et, pour les trois premières, d'une présentation et d'une rapide critique de l'équipe.

Afin de mettre en avant leur travail, les deux établissements ont construit une communication différente. La médiathèque de Mauguio a publié un dossier, accompagné d'un tutoriel à l'attention des usagers, sur son site Internet¹⁰². Mais ce document n'est accessible que via la deuxième page de la catégorie « Dossiers thématiques ». De plus, vu la nature des contenus, sa présence semblerait logique dans la catégorie « Ressources numériques », sous l'onglet « Ressources en lignes ». Or seules les ressources payantes sont signalées dans cette section. Enfin, le dossier n'est accessible que si l'utilisateur effectue une recherche dans le moteur dédié sur la page d'accueil. Mais cette démarche suppose qu'il ait préalablement connaissance de l'existence de ce document. Au niveau de la communication, la médiathèque a publié un message sur son compte Facebook. Si ce réseau social est adapté pour annoncer des actualités, il l'est moins pour mettre en valeur un contenu de manière pérenne. Se contenter de Facebook comme unique canal de communication semble donc insuffisant. Finalement, le peu de visibilité accordée à ce projet autour des webséries interroge sur la manière dont les professionnels positionnent ces contenus numériques par rapport au fonds physique, d'autant plus que les webséries sélectionnées dans les listes ne sont pas signalées sur le catalogue.

À l'inverse de l'établissement de Mauguio, la médiathèque de Frontignan n'a pas communiqué sur la création de listes sur SensCritique mais elle a pensé différemment l'accès à cet outil pour ses usagers. En effet, sur la page d'accueil du site Internet du Réseau des médiathèques de la Communauté d'Agglomération du Bassin de Thau¹⁰³, un bandeau cliquable apparaît sur le carrousel. De plus, un logo du réseau social a été inséré dans la section « Retrouvez-nous sur » dans la barre latérale. Les deux accès aboutissent directement sur les listes.

Des établissements utilisent d'autres outils pour construire une médiation numérique comme le blog par exemple. C'est le cas de la médiathèque George Sand de Moirans qui a mis en ligne un blog animé par l'ensemble de l'équipe¹⁰⁴. La catégorie

102 <http://www.mediathèque-mauguio-carnon.com/book/webseries-courtes-gratuites-originales-notre-selection>

103 <http://mediatheques.thau-agglo.fr/>

104 <http://georgeleblog.mediathèque-moirans.fr/>

#LeMardiToutEstPermis met en avant des ressources trouvées sur le web comme la webséries *Confessions d'Histoire* d'Ugo Bimar qui raconte des grands moments de l'Histoire avec humour ou le webdocumentaire *Le Clitoris* de Lori Malépart-Traversy.

Un lecteur embarqué permet à l'internaute de regarder le contenu sans sortir de l'environnement du blog. La communication autour de ce travail se fait sur Facebook où chaque article est relayé par une publication sur le réseau social. Un lien sur le site Internet des Bibliothèques en pays voironnais¹⁰⁵ permet également d'accéder au blog. La catégorie dédiée aux vidéos en ligne est d'ailleurs décrite comme « [...] notre sélection du meilleur (mais pas toujours) trouvé sur le web dans #LeMardiToutEstPermis ! ». Cette formulation est révélatrice de la non distinction qui est faite entre les vidéos en ligne gratuites. En effet, elles ne sont pas signalées par des mots-clefs selon leur type, ce qui donne à la catégorie #LeMardiToutEstPermis une image de fourre-tout. Cependant une distinction vient contrebalancer cette impression. Les vidéos ont aussi été classées dans la catégorie « Cinéma », leur donnant alors le statut particulier d'oeuvres artistiques.

À l'inverse, la médiathèque Denis Poisson de Pithiviers a fait le choix de distinguer les différents types de vidéos en ligne gratuites qu'elle met en avant. Hébergé par C3rb Informatique, la société qui fournit le SIGB Orphée, son site Internet propose un onglet « Ressources » qui regroupe des sélections de webdocumentaires, de chaînes de vulgarisation scientifique ou culturelle...¹⁰⁶ Cependant aucune page ne présente la même structure. Un choix graphique qui casse l'unité du site et peut donc rendre la navigation confuse. De plus, aucune communication ne semble avoir été faite autour de ces vidéos en ligne. Enfin les contenus ne sont pas visionnables via un lecteur embarqué. L'intégration de liens directs vers les vidéos ou les chaînes de télévision oblige alors l'internaute à quitter l'environnement numérique de la médiathèque.

Enfin, il aurait été éclairant pour cette comparaison des médiations physiques et numériques de savoir si les techniques et les outils de médiation autour de la vidéo en ligne gratuite étaient inscrits dans la politique documentaire des établissements. Mais nous n'en avons trouvé aucune disponible en ligne.

105 <http://www.biblio-paysvoironnais.fr/moirans>

106 <http://mediatheque.pithiviers.fr/ressources/selection-de-ressources>

3 . Entretien avec des professionnels de médiathèque de lecture publique

Au vu des nombreuses formes de vidéo en ligne gratuite qui entrent dans le cadre de ce mémoire, il aurait été trop complexe d'interroger les professionnels sur l'ensemble de celles-ci. Il nous a donc fallu sélectionner un type particulier pour concentrer notre propos. Nous avons choisi le webdocumentaire pour deux raisons. À l'instar des films documentaires qui ont été les premiers à être introduits dans les médiathèques de lecture publique comme nous l'avons vu précédemment, le webdocumentaire a été le premier à bénéficier d'une médiation par rapport aux autres formes de vidéo en ligne gratuite. De plus, l'association professionnelle Images en Bibliothèques s'est elle aussi emparée du webdocumentaire en proposant des journées d'étude thématiques et en créant le Mois du Webdoc.

a. Construction de la grille d'entretien

Grâce à l'état de l'art que nous avons dressé dans la première partie de ce mémoire, des questions ont naturellement émergé concernant la médiation mise en place pour la vidéo gratuite en ligne dans les médiathèques de lecture publique. Nous les avons classées en sept catégories.

Les questions sur la sélection des webdocumentaires nous permettront de connaître les critères sur lesquels les professionnels s'appuient pour effectuer leurs choix, tels le thème, la qualité, la durée... Nous pourrions également savoir si le crossmédia¹⁰⁷ ou le transmédia¹⁰⁸ entrent dans leur décision. En effet s'ils prennent en compte ces formes, nous pourrions en déduire qu'ils s'appuient sur la collection physique pour choisir cette ressource numérique. Il serait alors intéressant d'en connaître le but. Dans le cas du crossmédia, nous pourrions supposer qu'il s'agit de multiplier les supports. Pour le transmédia, il pourrait s'agir simplement de proposer la suite d'une histoire.

La deuxième catégorie s'intéresse au signalement. Les vidéos en ligne gratuites sélectionnées font-elles l'objet d'un traitement documentaire pour apparaître ensuite dans le catalogue ? Si c'est le cas, nous chercherons à savoir si un lien direct amène à la ressource et si un contrôle régulier des liens est effectué.

107 Une même histoire inscrite sur différents supports.

108 Une histoire dont les différents chapitres sont inscrits sur un support différent.

Les questions concernant la médiation des webdocumentaires nous permettront de connaître les outils utilisés. S'agit-il d'un blog, d'un réseau social, d'un site Internet ? Nous saurons aussi les pratiques appliquées pour la médiation physique : projection, rencontre, analyse filmique... Les professionnels seront également invités à en verbaliser les objectifs. Le but est-il de faire connaître la vidéo en ligne gratuite à un public particulier, de faire du lien avec la collection physique ou de proposer des ressources numériques gratuites ?

La quatrième catégorie aborde la place de la vidéo en ligne gratuite. Les professionnels la positionnent-ils comme faisant partie de la collection et pour quelles raisons ? Selon leur réponse, il sera alors intéressant de leur demander s'ils la considèrent comme faisant partie de la collection numérique et dans ce cas-là, la manière dont ils se la représentent. Est-elle un complément, un double, un produit d'appel ? Ou bien finalement, positionnent-ils la vidéo en ligne gratuite comme une collection à part ? Nous interrogerons également les professionnels sur la politique documentaire de leur établissement afin de savoir si des critères de sélection pour les webdocumentaires et leurs outils de médiation ont été formalisés dans un document officiel.

Puisque nous avons vu dans la première partie de ce mémoire que la formation des usagers tient à coeur à certains établissements, nous dédierons quelques questions à ce sujet. Les professionnels proposent-ils des formations en rapport avec la vidéo en ligne à leurs publics ? Ces ateliers se concentrent-ils sur le contenant ou le contenu ? Enfin, dans le cas échéant, nous tenterons d'apprendre les objectifs de ces formations.

Dans le même esprit, des questions sur les compétences de l'équipe seront également posées. Il sera pertinent de savoir si la médiation de la vidéo en ligne gratuite induit de nouvelles compétences techniques ou informatiques pour les professionnels. Leur participation à une journée d'étude sur le contenu ou le contenant sera aussi abordée.

Enfin la dernière catégorie s'attachera aux interrogations soulevées par les aspects déontologiques et juridiques que nous avons pointés dans la première partie de ce mémoire. Vu son statut polémique, nous tâcherons de savoir si les professionnels utilisent ou encouragent l'utilisation de la plateforme d'hébergement YouTube. Une question similaire sera posée concernant les bloqueurs de publicités et de mouchards. Les professionnels seront également invités à s'exprimer sur la vérification des droits d'auteur des vidéos en ligne qu'ils sélectionnent, ainsi que sur les conditions générales des plateformes qu'ils utilisent.

b. Présentation des bibliothèques ciblées

À travers une veille sur la médiation, les ressources numériques et les webdocumentaires en médiathèque de lecture publique, nous avons identifié des structures proposant une médiation pertinente autour de cette forme de vidéo en ligne. Nous avons toutefois décidé de ne pas retenir les médiathèques ayant réalisé une animation ponctuelle. Nous avons également laissé de côté les établissements qui ont opté pour un simple signalement des ressources.

Nous avons alors identifié sept médiathèques de lecture publique :

* La médiathèque municipale François Mitterrand de Bassens, qui fait partie du réseau des médiathèques de Bordeaux Métropole, a organisé la projection de *Vis le fleuve* de Laurent Philton, un webdocumentaire vidéo sur la Garonne dans l'agglomération bordelaise¹⁰⁹. Organisée en 2016 dans le cadre du Mois du Film Documentaire, elle a été suivie par une rencontre avec le réalisateur. Cette initiative nous a paru particulièrement pertinente puisqu'elle permettait à l'établissement de s'inscrire dans la vie culturelle et artistique de son territoire.

* Comme nous l'avons vu précédemment, la médiathèque George Sand de Moirans, membre du réseau des Bibliothèques en pays voironnais, a mis en ligne un blog où l'équipe valorise des ressources numériques libres d'accès, comme les webdocumentaires¹¹⁰.

* La médiathèque de Bagnolet met régulièrement en avant un webdocumentaire à travers des articles sur son site Internet¹¹¹. Accompagnée d'un commentaire et d'un lien direct, la ressource est souvent en lien avec un événement local ou national. De plus, l'établissement possède une chaîne YouTube sur laquelle l'équipe publie des vidéos qu'elle réalise elle-même et crée des playlists regroupant ses coups de coeur musicaux¹¹².

109 <http://mediatheques.bordeaux-metropole.fr/evenement/vis-le-fleuve-une-decouverte-de-la-garonne-en-milieu-urbain>

110 <http://georgeleblog.mediathèque-moirans.fr/categories/le-mardi-tout-est-permis/>

111 <http://mediathèque.ville-bagnolet.fr/spip.php?page=recherche&recherche=webdoc>

112 <https://www.youtube.com/channel/UCPYUfi081lauU3SLyOR5kw>

* Située à Conflans-Sainte-Honorine, la médiathèque Blaise-Cendrars a dédié une page de sa catégorie « Nos ressources » à un dossier thématique sur les webdocumentaires¹¹³. Cette initiative est d'autant plus intéressante que les vidéos citées sont signalées dans le catalogue. Cet établissement propose également une sitotheque découpée en plusieurs thématiques. Certaines d'entre elles regroupent des chaînes YouTube de vulgarisation scientifique et culturelle sur l'histoire-géographie, les arts visuels ou encore les sciences.

* La médiathèque Léo Ferré de la ville de Grigny a mis en place plusieurs médiations autour du webdocumentaire. En plus d'avoir composé un dossier thématique¹¹⁴, l'équipe a organisé une soirée de découverte autour de cette forme de création dans le cadre du Mois du Film Documentaire en 2015¹¹⁵. L'année suivante, s'inscrivant dans le même événement, un webdocumentaire avait été projeté. Ce projet a retenu notre attention car la page du dossier thématique ainsi que celle annonçant la projection de 2016 sont signalées dans le catalogue en ligne de la médiathèque.

* Membre du réseau des bibliothèques d'Orléans, la médiathèque centrale propose une sélection de webdocumentaires. Depuis 2015, elle met en avant une création par mois sur l'onglet « Ressources en ligne », catégorie « Cinéma »¹¹⁶. De plus, elle possède une chaîne YouTube sur laquelle elle a créé des playlists pour valoriser une « sélection de clips représentatifs de la richesse musicale de notre département. »¹¹⁷ Dans le cadre du programme national Bibliothèque numérique de référence, la médiathèque a proposé des journées numériques en mai 2017. Intitulés « les matinées connectées », ces ateliers d'une heure et demi étaient ouverts aux usagers de tout âge pour découvrir les ressources numériques accessibles sur place ou à distance.

* La médiathèque de Vernon du réseau des bibliothèques de la Communauté d'Agglomération des Portes de l'Eure, a organisé en 2014 des projections de webdocumentaires ainsi qu'une table ronde avec les réalisateurs et Nicolas Bole, rédacteur

113 <http://www.mediathèque-Conflans-Sainte-Honorine.fr/webdocumentaire>

114 http://www.mediathèque-grigny69.fr/cms/articleview/id_module/4/id/13

115 <https://guy.pastre.org/?p=12486>

116 <http://www.bm-orleans.fr/medias/medias.aspx?>

[INSTANCE=exploitation&PORTAL_ID=ermes_portal_0020.xml&SYNCMENU=RESSLIGN_WEBDOCS](#)

117 <https://www.youtube.com/channel/UC9gEQpYd6IGDOAw9IZKUsOQ>

en chef « nouveaux médias » du Blog Documentaire.

c. Déroulement des entretiens

Pour chacune des structures, nous avons identifié le responsable du projet ou, à défaut, de la médiathèque ou du secteur concerné. Sur sept demandes d'entretiens téléphoniques, moins de la moitié ont abouti. Alors que trois professionnels ont accepté de nous parler, deux n'ont pas répondu et deux autres ont retourné un refus. En effet, la médiathèque Léo Ferré de la ville de Grigny et la médiathèque de Vernon ont eu la gentillesse de nous indiquer que les projets n'avaient pas perduré et que leur établissement ne pratiquait plus aucune médiation sur les webdocumentaires depuis.

Les trois entretiens ont eu lieu entre le 9 et le 23 juillet 2017 et ont duré entre 45 minutes et une heure. Toutes les catégories inscrites dans la grille d'entretien ont été abordées. Cependant, selon le déroulement de l'entretien et les sujets abordés spontanément par les professionnels, les questions n'ont pas forcément été posées dans l'ordre précité. De plus, un cas particulier s'est présenté lors de l'entretien pour la médiathèque Blaise-Cendrars de Conflans-Sainte-Honorine. En effet, certains thèmes abordés concernaient les fonctions attribuées à des collègues de la professionnelle interviewée. Nous avons donc dû contacter les personnes adéquates afin de compléter la grille d'entretien. Une difficulté similaire s'est présentée lors de l'entretien avec la professionnelle de la médiathèque centrale d'Orléans. Son collègue étant sur place ce jour-là, il a accepté de répondre aux questions touchant à ses fonctions.

Puisque les établissements sélectionnés présentent différentes formes de webdocumentaire, nous avons expliqué aux professionnels la distinction que nous faisons entre un webdocumentaire multimédia et vidéo. Puis nous leur avons précisé que le sujet de ce mémoire se concentrait sur ce dernier.

Tous les entretiens ont été enregistrés avec l'aimable autorisation des professionnels interrogés. Ils sont retranscrits intégralement dans les annexes de ce mémoire.

4. Synthèse des entretiens avec les professionnels

Avant d'aborder les questions concernant le sujet principal, nous avons d'abord interrogé les professionnels sur leur parcours universitaire et professionnel. Cette question nous a permis de tenter de dresser un profil type.

Les trois professionnels qui ont accepté de nous répondre sont :

* Guénaëlle Slanoski, responsable des films pour le département documentaire. Assistante qualifiée depuis 25 ans, elle travaille à la Médiathèque de Bagnolet depuis 17 ans.

* Nihaya Serhan, responsable de la bibliothèque adulte et en charge du cinéma documentaire et de fiction adulte et des webdocumentaires à la Médiathèque Blaise Cendrars de Conflans-Sainte-Honorine où elle travaille depuis 26 ans.

* Sarah Doucet, responsable des acquisitions et de la programmation dans le service musique/image de la Médiathèque d'Orléans. Assistante de conservation du patrimoine, elle travaille dans le réseau des bibliothèques d'Orléans depuis 23 ans.

Différentes explications ont été avancées par les professionnelles pour justifier leur motivation à mettre en place une médiation autour du webdocumentaire.

L'idée est venue à la médiathécaire de Bagnolet suite à une soirée sur le webdocumentaire, à la Gaieté Lyrique à Paris, organisée par Images en Bibliothèques dans le cadre du Mois du Film Documentaire. En tant que responsable des films documentaire, cette nouvelle forme d'écriture l'a naturellement interpellée : « [...] à partir du moment où c'était une manière autre d'écrire le doc, ça nous intéressait. »

La professionnelle de Conflans-Sainte-Honorine avait un intérêt personnel pour le webdocumentaire avant d'avoir envisagé de le médiatiser dans sa structure : « Je trouve que c'est une manière d'aborder des questions sociétales d'une manière un peu plus ludique que de lire un livre ». En 2013, la venue d'un stagiaire permet de monter le projet autour de cette création : « Je l'ai fait travailler sur le webdoc parce que c'est une ressource que je

connaissais et je trouvais intéressant de développer ça. Il a travaillé pendant 2 mois sur le webdoc et il nous a fait un truc pas mal sur notre site. C'est lui qui a fait la page dédiée au webdoc sur notre portail. ». Cette année-là, dans le but de prolonger ce travail, la médiathèque s'associe avec l'association Images en Bibliothèques pour participer au Mois du Webdoc.

Membre de la commission du catalogue national, la professionnelle d'Orléans participe au Mois du Film documentaire depuis longtemps et a participé à de nombreuses formations de l'association Images en Bibliothèques : « En fait, je suis assez impliquée dans pas mal de choses mais surtout dans ce qui concerne le cinéma documentaire et je connais bien toute l'équipe [...]. Ce sont des personnes que j'ai rencontré souvent et puis en 2014, ils m'ont demandé si je souhaitais participer au jury du Mois du Webdocumentaire et j'avais entendu parler de cette forme mais je ne m'étais jamais vraiment penchée sur la question ». C'est en 2015, au cours d'une journée professionnelle organisée par Images en Bibliothèques sur le thème du « webdocumentaire en bibliothèque », que la médiathécaire d'Orléans a trouvé le moyen de construire une médiation autour de cette forme de vidéo en ligne : « Donc durant cette journée en 2015, il y a eu pas mal d'échanges avec des professionnels. Ça nous a donné aussi pas mal d'idées et après cette expérience du Mois du Webdoc, Images en Bibliothèques avait proposé aux membres du jury de projeter ces documents dans leur établissement sur des postes dédiés et de les mettre en ligne également sur leur site. Quelques mois plus tard, est née cette idée de montrer un webdoc tout les mois. ». Aidée d'une collègue qui était en charge du site et des ressources numériques, elle met en place une sélection mensuelle de webdocumentaires.

a. La sélection

Les professionnelles ont avancé des critères de sélection différents. La médiathécaire de l'établissement de Conflans-Sainte-Honorine et d'Orléans ont d'abord réagi de la même manière en répondant qu'elles regardaient les webdocumentaires avant de les choisir. Cependant la première a insisté sur l'importance de l'encyclopédisme dans les missions : « On est une bibliothèque donc on doit présenter tous les thèmes possibles. », avant de nuancer son propos en reconnaissant un critère, la qualité.

Même si elle n'a pas de critères de sélection particuliers, la professionnelle d'Orléans a une démarche différente puisqu'elle prend en compte l'actualité dans les thèmes qu'elle propose : « En fait je n'ai pas vraiment de critères de sélection. Il faut que ça me plaise en pensant que ça puisse plaire évidemment à un public que je ne connais pas. Parce que je ne sais absolument pas qui clique sur le site, qui va voir les webdocs. [...]. Parfois, je me censure un peu. Parce que n'importe qui peut aller sur le site des bibliothèques d'Orléans et cliquer sur ce lien donc j'essaie de choisir des choses peu choquantes dont le thème soit trop grave. Dans des périodes un peu mouvementées d'attentat ou autre, je vais essayer de mettre quelque chose d'un peu plus joyeux ou sur la musique par exemple. Sans avoir de critères fixes en fait, je croise malgré tout des paramètres. ». La médiathécaire d'Orléans a également exprimé le rôle essentiel de la veille pour sa sélection. En effet, elle consulte régulièrement le Blog Documentaire, les sites Internet des chaînes télévisuelles productrices de webdocumentaires comme Arte et le site Internet de la médiathèque de Conflans-Sainte-Honorine. Elle accorde également une attention particulière aux webcréations mises en avant sur le site dédié au Mois du Film Documentaire d'Images en Bibliothèques¹¹⁸, ainsi qu'à l'aspect interactif des productions : « J'essaie de choisir des webdocs où il y a une interaction assez forte ou du moins qui soit ludique ».

La professionnelle de Bagnolet a plusieurs critères de sélection. Le webdocumentaire doit être lié au thème annuel choisi par l'équipe ou à l'actualité locale ou nationale. Ainsi pour la fête du Cinéma, elle a valorisé le webdocumentaire *Tour d'Europe des Cinémas* d'Agnès Salson et Mikael Arnal. Comme la médiathécaire d'Orléans, elle a souligné l'importance de la veille pour trouver de nouvelles créations.

Les trois professionnelles ont pointé la difficulté depuis quelques temps de découvrir de nouveaux webdocumentaires. En effet la production semble avoir baissé et elles craignent que l'intérêt suscité par ce type de création soit en train de retomber.

Le crossmédia et le transmédia ne semblent pas être des critères de sélection essentiels. Seule la professionnelle de Bagnolet a pris en compte cet aspect et seulement pour un webdocumentaire. En effet, après avoir acquis le film documentaire *L'Affaire du sous-marin rouge* d'Hubert Beasse, elle s'est rendue compte que le film était la suite du roman graphique *Nuit noire sur Brest* de Bertrand Galic et Kris. Après avoir demandé à ses collègues

118 <http://www.moisdudoc.com/>

du secteur littérature s'ils pouvaient l'acquérir, elle a trouvé le webdocumentaire *Brest 1937* de Céline Dréan qui raconte le processus de création du roman graphique. Pour la médiathèque de Bagnolet, le transmédia est important « [...] pour pouvoir faire des liens, montrer qu'on avait des choses qui se répondaient même si elles n'ont pas le même titre. ».

b. Le signalement

Les établissements de Bagnolet et Orléans n'ont pas signalé les webdocumentaires dans leur catalogue en ligne. Un choix par défaut contraint par des limites techniques. Un changement de SIGB étant en cours pour la médiathèque d'Orléans, la professionnelle espère que le nouveau progiciel permettra la création d'une grille de catalogage dédiée aux ressources trouvées sur le web : « J'aimerais reprendre l'idée de Conflans-Sainte-Honorine qui catalogue les webdocs qu'ils mettent en ligne sur le site. Ça, c'est super. J'aimerais bien qu'on puisse faire ça ici aussi car je pense que ça pourrait aider à la médiation. ». De plus, la médiathèque considère que l'indexation permettrait de lier le fonds physique et la collection numérique.

Des problèmes techniques ont aussi été pointés par l'établissement de Bagnolet : le SIGB ne permet pas l'intégration de liens URL. Cependant si le catalogage de ces contenus était possible, la professionnelle ne le ferait pas puisque, par manque de temps, il lui serait impossible de vérifier régulièrement le bon fonctionnement des liens Internet : «[...] ils ne sont pas signalés parce que ça a un côté éphémère et si le lien est mort, c'est gênant. ». De plus, elle trouverait ça frustrant pour les usagers consultant l'OPAC sur un des ordinateurs dédiés dans la médiathèque. Les postes informatiques étant bloqués sur la recherche dans le catalogue, ils ne pourraient pas accéder à la ressource.

Seule la médiathèque de Conflans-Sainte-Honorine a dépassé ces problèmes techniques. La professionnelle a créé une grille de catalogage à la carte dédiée aux webdocumentaires il y a quatre ou cinq ans. Elle a ainsi pu choisir les champs obligatoires qu'elle a réduit au minimum et mis en place une astuce pour faire apparaître les webdocumentaires dans le module « nouveautés par catégorie » dans la barre latérale gauche du site Internet : « Je lui mets un code barre physique pour le voir s'afficher dans notre portail. Sans exemplaire, il ne s'affiche pas. Je mets une date de mise à l'inventaire pour qu'il apparaisse comme une

nouveauté sur le catalogue et qu'il soit donc dans la liste des nouveautés sur la page d'accueil. Ça dépend des SIGB. Après je le mets dans le secteur Sciences & Arts parce que c'est plutôt des documentaires et pas de la littérature. Donc on le lie à un code barre, à une date d'équipement et à un secteur comme si c'était un document physique. Le plus important, c'est qu'il apparaisse dans les nouveautés sinon il est perdu dans la masse. »

En plus de lui permettre de faire une indexation, ce système fait remonter les webdocumentaires dans les recherches sur le catalogue en ouvrant « les possibilités de réponses à une recherche documentaire précise. On cherche quelque chose sur un sujet, on peut avoir un livre, un DVD documentaire, un DVD de fiction et on peut aussi avoir un webdocumentaire sur la même thématique ».

Le contrôle régulier des liens a ensuite été abordé. Le manque de temps empêche la professionnelle de Bagnolet de s'atteler à cette tâche.

La médiathécaire de Conflans-Sainte-Honorine et d'Orléans ont la même pratique : elles cliquent sur chaque lien du dossier thématique pour vérifier la bonne disponibilité du webdocumentaire.

La professionnelle de Conflans-Sainte-Honorine programme d'ailleurs des désherbages pour supprimer la notice du catalogue lorsque le lien Internet menant au webdocumentaire est mort : « Il y a quelques temps, j'avais 108 webdocs et j'ai fait un gros travail de désherbage il n'y a pas très longtemps. On est descendu entre 50 et 60. »

Tandis que la médiathécaire d'Orléans « essaie de veiller régulièrement à retirer les liens qui ne fonctionnent plus. » Quand le lien n'est plus valide, elle demande alors à ses collègues chargés de l'actualisation du site Internet de l'effacer.

c. La médiation

En plus d'avoir mis en place une médiation numérique autour du webdocumentaire, les professionnelles interrogées ont également organisé une médiation physique. Il s'agit principalement de projections et de rencontres avec les réalisateurs.

En 2016, la médiathécaire de Bagnolet a projeté *Les Dessous de la fabrique*, consacré aux militantes de l'usine de lingerie Chantelle, en présence d'Aurélie Marchand, une des

réalisatrices. Puisqu'il s'agissait d'un webdocumentaire délinéarisé, la réalisatrice a proposé son propre parcours de lecture lors de la projection. En plus de s'inscrire dans la Journée Internationale des Droits de la Femme, cette animation faisait partie du programme d'Hors Limites, une manifestation sur le territoire de Seine-Saint-Denis sur les nouvelles écritures littéraires.

Dans l'établissement de Conflans-Sainte-Honorine, en 2013, c'est *Dans les murs de la casbah* de Céline Dréan qui a été diffusé, suivi d'une rencontre avec la réalisatrice et un des spécialistes du webdocumentaire en France, Nicolas Bole.

Cet invité est également intervenu en 2014 à médiathèque d'Orléans pour présenter des webdocumentaires sur la Grande Guerre puisqu'il s'agissait du centenaire. En 2017 a eu lieu la projection de *Portraits de Frontière* de Tawan Arun et Joris Rühl dans le cadre d'une manifestation organisée par la ville d'Orléans. Ils ont eux-même choisi l'ordre de lecture dans leur webdocumentaire. Concernant la venue des réalisateurs, la professionnelle d'Orléans insiste sur la nécessité de faire rencontrer un créateur et un public : « Pour moi, c'est vraiment important de faire venir un intervenant. Je n'ai pas nécessairement les moyens en dehors du Mois du Film Documentaire où j'ai un budget. »

Mais cette forme de médiation est généralement décevante selon les professionnelles. En effet, moins de 10 personnes se sont déplacées pour la projection organisée par la médiathèque de Conflans-Sainte-Honorine et la médiathécaire d'Orléans pense que le public est venu plus pour la thématique de la soirée que pour les webdocumentaires. La professionnelle de Bagnoleet a également pointé la difficulté à dégager un budget pour ce type de médiation, en plus de l'insécurité que le document ne soit plus visible via Internet le jour de la projection : « Pour faire une projection publique, c'est très compliqué. Il faut demander à la production et ça peut coûter de l'argent. Et puis y'a l'histoire des budgets qui suivent ou qui ne suivent pas. Quand on avait montré *Les Dessous de la fabrique*, tout était légal car c'était comme une projection publique. Cette journée montrait que c'était bien compliqué. En plus avec les liens... C'est-à-dire qu'il faut que tout soit bouclé en juillet mais toi tu fais ta projection en décembre et tu n'as absolument aucune certitude que ton film sera encore visible. C'est pour ça que pour la rencontre-projection, la réalisatrice était venue avec sa clef USB et du coup, elle pouvait naviguer. On avait tout payé pour pouvoir le faire. »

Pour les établissements de Conflans-Sainte-Honorine et de Bagnoleet, la médiation physique

passé aussi par l'interaction directe avec le public. Lors de l'inscription d'un nouvel usager, l'équipe de ces médiathèques présente les ressources numériques et notamment les webdocumentaires.

Au niveau de la communication, la professionnelle de Conflans-Sainte-Honorine avait édité des marque-pages lorsqu'elle a lancé le projet autour des webdocumentaires.

Les objectifs de la médiation cités par les professionnelles interrogées sont multiples. La médiathécaire de Bagnolec évoque la volonté de s'inscrire dans des manifestations locales et nationales ou bien de rester dans le thème annuel choisi par l'équipe : « Parce qu'en fait, l'année dernière, on travaillait sur les femmes au travail et les femmes en lutte. »

Pour l'établissement de Conflans-Sainte-Honorine, il s'agit plus d'abord de « [...] faire connaître le webdoc car c'est toujours intéressant de développer les points de vue et je trouve que les webdocs abordent certaines questions d'une manière vraiment intéressante et originale. [...] Je trouve que c'est une manière d'aborder des questions sociétales d'une manière un peu plus ludique que de lire un livre ». Mais elle déplore que la médiation numérique ne soit pas assez mise en avant sur le site Internet de la médiathèque.

Tandis que la professionnelle d'Orléans a envisagé la médiation de webdocumentaire « [...] pour faire découvrir le fond et la forme, faire découvrir ce nouveau média. ». De plus, la médiation physique permet d'apporter une plus-value par rapport au visionnement personnel grâce aux réalisateurs invités qui partagent leur travail.

d. La place de la vidéo en ligne gratuite

Aucune des professionnelles questionnées ne considère le webdocumentaire comme faisant partie de la collection, qu'elle soit physique ou numérique. La principale raison pour les établissements de Bagnolec et Orléans est l'impossibilité de cataloguer ce type de contenu sur leur SIGB.

La deuxième professionnelle regrette d'autant plus cet empêchement qu'elle sait que l'indexation donnerait une nouvelle visibilité à cette ressource sur le catalogue : « si je l'intégrais au catalogue, je le sentirai comme quelque chose qui intègre vraiment la collection. [...] Même si je choisis le sujet, j'ai du mal à le penser comme quelque chose de

nos collections. Ce qui est peut-être un tort d'ailleurs. Si on l'intégrait à notre catalogue, je pense que ça permettrait de donner une autre visibilité. »

La professionnelle de Bagnolet a également évoqué l'absence de pérennité des liens Internet qui donne l'impression qu'il n'y a aucune maîtrise sur la collection : « on ne peut pas les mettre au catalogue et puis on est pas sûr que le lien tienne des lustres. ».

Une limite soulignée aussi par la médiathécaire de Conflans-Sainte-Honorine qui catalogue pourtant les webdocumentaires valorisés dans son dossier thématique. De plus, elle a abordé un aspect qui n'a pas été évoqué par les deux autres professionnelles. Pour elle, une médiathèque n'a pas la légitimité de considérer comme siennes des ressources qu'elle n'a pas payé : « Oui, il fait partie de la collection puisqu'il est indexé mais non puisque nous n'avons pas payé de droit. Il ne nous appartient pas, on ne l'a pas acheté et c'est l'auteur ou le diffuseur qui décide de le désherber ou pas. On ne maîtrise pas la collection. Dans une collection physique, on décide ou pas de désherber, de mettre en réserve de donner à quelqu'un d'autre ou de pilonner tout simplement. Alors que dans le cadre du webdoc, on ne maîtrise pas la collection. On prend ce qu'il y a et quand l'oeuvre disparaît, on est obligée de la retirer du catalogue. Donc non, je ne considère pas qu'il fasse partie de notre catalogue. » Mais la médiathécaire de Conflans-Sainte-Honorine considère le webdocumentaire comme un complément : « Par exemple, pourquoi on cataloguerait et indexerait un livre, un DVD documentaire et pourquoi on indexerait pas un webdocumentaire ? Alors certes, ce n'est pas un document physique qui appartient à la bibliothèque mais il existe, il est libre de droit... Autant le faire connaître. ».

Les critères de sélection des webdocumentaires et de leur outil de médiation ne sont inscrits dans la politique documentaire d'aucun des établissements concernés. Dans le cas de la médiathèque de Bagnolet, il ne s'agit pas d'un choix car « il n'y a pas de politique documentaire ou de charte d'acquisition très clairement indiquée. Mais comme on revendique tous les supports et toutes les formes d'écriture, les nouvelles formes d'écriture qui sont sur le web sont aussi importantes. Donc ça n'est pas forcément écrit noir sur blanc car le document date de quelques années quand le webdoc n'existait pas mais c'est intrinsèque. »

La professionnelle d'Orléans a mis en place la médiation autour du webdocumentaire après que la politique documentaire fut écrite et elle n'a jamais pensé intégrer cette ressource à ce

texte.

Tandis que la politique documentaire de l'établissement de Conflans-Sainte-Honorine va être retravaillée en 2018. La professionnelle envisage d'y intégrer les critères de sélection des webdocumentaires si elle continue de travailler sur cette offre.

e. La formation des usagers

Les professionnelles interrogées ne proposent pas de formation aux usagers en rapport avec le webdocumentaire, que ce soit sur le fond ou la forme. L'établissement de Bagnolet n'a pas les moyens techniques adéquates pour mettre en place ce type d'événement. En effet, le matériel informatique est obsolète et la connexion Internet trop lente : « D'abord, on a beau avoir envie de faire plein de choses, on a des ordinateurs et une connexion Internet pourris. À un moment, on faisait des ateliers numériques. Mes collègues préparaient des liens. Le jour d'avant, on testait, ça fonctionnait très bien puis le jour J, ça ne marchait pas. Ça démotive les collègues et le public. Les moyens techniques n'étant pas super au top, ça complique. »

La professionnelle d'Orléans souhaiterait mettre en place un atelier de découverte pour guider les usagers dans cette nouvelle forme narrative. Malheureusement, des problèmes techniques liés notamment au débit de la bande passante empêchent cette initiative d'aboutir.

Dans l'établissement de Conflans-Sainte-Honorine, la formation du public se consiste à montrer aux nouveaux inscrits comment aller voir un webdocumentaire depuis le site Internet de la médiathèque : « Et moi, pour les webdocs, systématiquement, je leur présente le webdoc [...] et je clique sur un webdoc au hasard et je leur montre comment faire [...]»

f. Les compétences de l'équipe

Selon les professionnelles interrogées, la médiation autour du webdocumentaire n'induit pas de nouvelles compétences informatiques ou techniques pour elles ou leur équipe. Pour la médiathécaire de Bagnolet, il suffit de savoir « bidouiller ». Tandis que la professionnelle

d'Orléans demande de l'aide pour tout ce qui est numérique et technique à ses collègues qui gèrent ces aspects dans la structure : « Mais au niveau des compétences, j'ai souvent besoin d'aide pour ce qui est plus technique. [...] Tous les mois, j'envoie toutes les informations à plusieurs collègues qui sont en charge, un jour par semaine chacun, de mettre à jour le site des médiathèques. Quand mon travail est prêt, j'envoie mes informations et il y a quelqu'un qui met ça en ligne. »

Toutefois, les professionnelles ont toutes participé à des journées d'étude autour du webdocumentaire. La médiathécaire de Bagnolet et de Conflans-Sainte-Honorine ont assisté à la journée professionnelle organisée par Images en Bibliothèques en 2015 sur le thème du « webdocumentaire en bibliothèque »¹¹⁹. Cette initiative leur a permis de découvrir l'actualité de cette production et d'aborder des questions plus épineuses comme celle des droits de projection publique. Durant cette formation, la médiathécaire d'Orléans a été invitée à présenter ses actions : « Images en Bibliothèques nous a demandé de faire un retour aux collègues qui étaient là et qui venaient assister à cette journée professionnelle, faire un retour sur notre expérience et présenter quelques webdocs. »

Lors de la dernière journée à laquelle elle a participé, la médiathécaire de Conflans-Sainte-Honorine a également été invitée à intervenir pendant un quart d'heure. Elle a notamment expliqué la manière dont elle cataloguait les webdocumentaires et sa déception face au peu de retour. Cette année, la BPI lui a également demandé de venir présenter son projet.

Quant à la professionnelle d'Orléans, elle a assisté cette année à la journée d'étude « cinéma en bibliothèque », organisée par la même association, qui proposait notamment une table ronde intitulée « la vidéothèque au temps du numérique ».

g. Droit et déontologie

Qu'elles l'utilisent en alimentant une chaîne ou en valorisant des vidéos provenant de cette plateforme, l'équipe des professionnelles interrogées s'est tournée vers YouTube. L'utilisation de cette plateforme d'hébergement controversée n'a pas soulevé de questionnement, dans l'équipe ou au niveau de la tutelle, dans les établissements concernés.

119 Programme de la journée d'étude disponible à l'adresse : http://www.imagesenbibliotheques.fr/IMG/pdf/Pre-programme_webdocs.pdf

La médiathécaire de Bagnolet a précisé que la chaîne YouTube était alimentée par des contenus créés par les bibliothécaires.

Tandis que la professionnelle d'Orléans pense que les problèmes liés à la plateforme ne concernent que les créateurs de contenus. La question ne s'est tout simplement pas posée dans l'établissement de Conflans-Sainte-Honorine : « Il n'y a eu aucune réaction face à cette polémique, tout simplement parce que la majorité de l'équipe n'en a pas eu connaissance ».

À la médiathèque d'Orléans, les accusations de censure suite à la démonétisation de certaines vidéos ne concernent que les créateurs aux revenus élevés selon eux. Les conditions générales des plateformes ne semblent pas non plus les inquiéter : « Tant qu'on ne fait pas de diffusion publique, on se préserve mais si on devait diffuser ce travail dans la médiathèque, ce ne serait pas la même chose. Après, je pense que personne ne nous embêterait mais il faut être vigilant. »

Même constat au sujet des bloqueurs, les professionnelles ne se questionnent pas sur ce sujet. Un bloqueur de publicités a ainsi été installé sur les postes informatiques en libre accès de la médiathèque de Conflans-Sainte-Honorine et lors des ateliers de formation numérique, une sensibilisation particulière est faite autour de la protection de la vie privée. Des outils simples d'accès sont alors présentés aux usagers mais l'équipe ne les aide pas à les installer.

Pendant les ateliers numériques de l'établissement d'Orléans, la professionnelle ne parle pas spontanément des bloqueurs de publicité ou de mouchards. Elle aborde ce thème seulement si un usager pose la question.

Au regard des pratiques observées dans les médiathèques de lecture publique et des réponses apportées par les professionnelles interrogées, nous allons à présent pouvoir analyser dans quelles mesures les professionnels adaptent leurs pratiques de médiation pour la collection numérique à la vidéo en ligne.

Troisième partie : Une place dans la collection pour la vidéo en ligne gratuite

Grâce à l'état de l'art précédemment dressé ainsi qu'aux pratiques professionnelles observées et aux bibliothécaires interrogés, nous proposons à présent une analyse de la médiation mise en place autour de la vidéo en ligne gratuite en médiathèque de lecture publique.

Nous rappelons que notre problématique tend à établir dans quelles mesures les professionnels adaptent leurs pratiques de médiation pour la collection numérique à la vidéo en ligne.

Dans un premier temps, nous allons montrer qu'il semble que les professionnels des médiathèques de lecture publique mettent en oeuvre une médiation documentaire sur les contenus de type vidéo en ligne gratuite. Toutefois, nous pensons que les professionnels ne considèrent pas la vidéo en ligne comme faisant partie intégrante de la collection et qu'ils ne lui appliquent donc pas les pratiques professionnelles habituelles. Parallèlement, la vidéo en ligne gratuite répond à des objectifs d'un projet d'établissement de par la souplesse qu'elle permet par rapport à une offre de VOD.

1. Hypothèse 1 : Les professionnels des médiathèques de lecture publique mettent en oeuvre une médiation documentaire sur les contenus de type vidéo en ligne gratuite

a. Une médiation documentaire...

C'est un constat général. Les professionnels des médiathèque de lecture publique qui se sont emparés de la vidéo en ligne gratuite ne se contentent pas de communiquer sur cette ressource puisqu'ils ont mis en place une médiation sur place et/ou à distance.

Divers objectifs ont été avancés pour justifier la volonté de faire rencontrer les publics et ce type de contenu. Pour les webdocumentaires comme les vidéos de vulgarisation scientifique

ou culturelle, les professionnels ont généralement pour but de faire connaître cette forme d'écriture audiovisuelle. Cet objectif a été clairement énoncé par les bibliothécaires de la médiathèque de Bagnolet, de la médiathèque Blaise Cendrars de Conflans-Sainte-Honorine et de la médiathèque d'Orléans par rapport aux webdocumentaires. Pour les vidéos de vulgarisation, cette intention est suggérée par l'organisation d'ateliers de créations dédiés à l'écriture et à la réalisation de vidéos YouTube à la bibliothèque Cleunay de Rennes et Marguerite Yourcenar de Paris. Un autre objectif a été identifié dans les projets de la médiathèque de Bagnolet, de Frontignan et d'Orléans. La médiation autour des vidéos en ligne gratuites permet d'inscrire les animations liées à cette ressource dans l'actualité locale ou nationale.

Nous avons vu que la médiation dans les murs peut prendre de multiples formes. Cependant la plus exploitée par les professionnels reste la rencontre. Nous pouvons supposer que la raison de ce choix est liée au fait que c'est l'animation qui attire le plus de monde. Cependant, au vu des retours, cette hypothèse n'est valable que pour les tables rondes avec les youtubers. En effet les trois professionnels ayant organisé une rencontre avec un réalisateur de webdocumentaire ont rapporté le faible taux d'occupation de la salle. Moins de 10 personnes se sont déplacées pour la projection organisée par la médiathèque de Conflans-Sainte-Honorine et la médiathécaire d'Orléans pense que le public est venu plus pour le thème de la soirée que pour découvrir une nouvelle forme d'écriture audiovisuelle. Au contraire, les vidéos YouTube intriguent le public qui se presse pour participer aux rencontres ou aux ateliers de création. Cette curiosité vient peut-être du fait que les youtubers, interpellant directement le spectateur dans leur vidéo et favorisant ainsi l'interaction, donnent une impression de proximité que le public cherche ensuite à retrouver lors d'une rencontre réelle. Cette perception d'une facilité d'accès est moindre chez les réalisateurs documentaires puisqu'ils ne s'exposent pas toujours personnellement dans leurs créations.

Les rencontres s'accompagnent souvent d'une projection publique afin de montrer le travail de l'intervenant. Cela a été le cas à la médiathèque Montaigne de Frontignan pendant la soirée consacrée aux webséries, à la bibliothèque Vaclav Havel de Paris durant la conférence « Être Youtubeur, c'est quoi ? » et dans les trois établissements où des professionnels ont été

interrogés. Mais le déroulement de cette animation dépend du type de vidéo en ligne gratuite. En effet si la question ne se pose pas pour les webséries ou les vidéos de vulgarisation, certains webdocumentaires ont besoin d'un accompagnement pendant la projection quand la forme n'est pas linéaire.

Dans l'ouvrage *Le webdoc existe-t-il ?* dont il est co-auteur, Nicolas Bole se questionne quant à la manière de projeter un webdocumentaire en salles¹²⁰. Dans un chapitre dédié, il traite de la structure singulière de la navigation dans certains webdocumentaires qui met en lumière le besoin d'un accompagnement de la part du réalisateur : « Qu'il soit narrateur ou simple passeur, le réalisateur (ou le producteur) du webdocumentaire est, à l'heure de sa diffusion, beaucoup moins extérieur à son œuvre que le documentariste par rapport à son objet. En prenant place entre le spectateur et l'œuvre projetée, il devient lui-même un maillon indispensable de la narration : sa présence physique auprès des spectateurs, cette union réelle et non virtuelle, donnent un sens nouveau à la participation ». Il explique ensuite que la posture adoptée par le réalisateur pendant la projection dépend également du type de webdocumentaire. En effet, pendant un webdocumentaire délinéarisé, le réalisateur narrateur peut ajouter du sens en choisissant l'ordre de visionnement et en intervenant pendant la projection. Tandis que, pendant un webdocumentaire interactif, le réalisateur passeur active les éléments de participation contenus dans l'œuvre. Ce type en particulier incite alors les spectateurs à interagir entre eux pour choisir la suite de la narration. Les débats qui s'en suivent sont alors plus animés que pour les webdocumentaires délinéarisés car le public se sent plus légitime de réagir à un film dont il a participé au récit. Lors de la projection de *Les Dessous de la fabrique* à la médiathèque de Bagnole, Aurélie Marchand, une des réalisatrices, a proposé son propre parcours de lecture, adoptant ainsi la posture de réalisatrice narratrice évoquée par Nicolas Bole.

La médiation dans l'environnement numérique a autant de forme que peut en proposer ce cadre. Sitothèque pour la médiathèque Denis Poisson de Pithiviers, listes sur le réseau social culturel SensCritique pour la médiathèque Gaston Baisette de Mauguio et Montaigne de Frontignan, articles sur un blog dédié pour la médiathèque George Sand de Moirans... Si certains professionnels ont adapté leurs pratiques au numérique avec les moyens mis à leur disposition, leur travail a malheureusement été peu mis en avant. Absente, la communication autour de ces initiatives n'a pas permis un retour des usagers sur celles-ci.

120 BOLE, Nicolas, MAL, Cédric. Op. cit. p. 18

De plus, si l'outil utilisé ne propose pas de statistique, aucune évaluation pour ce type de médiation n'est alors possible.

Quelle soit mise en place dans les murs ou à distance, la médiation documentaire de la vidéo en ligne gratuite n'est pas évidente comme nous venons de le voir. De part sa nature et l'environnement dans lequel elle évolue, cette ressource est numérique. Certaines solutions peuvent donc être trouvées en prenant en compte cette spécificité dans la médiation proposée.

b. ... à réinventer

La prise en compte de l'aspect numérique de la vidéo en ligne gratuite semble essentielle pour proposer une médiation dans l'enceinte d'un établissement ou à distance. Mais avant d'essayer de rendre les ressources numériques bibliocompatibles¹²¹, les structures doivent d'abord s'équiper du matériel informatique nécessaire. En effet, montrer des ressources numériques signifie des moyens techniques particuliers. La médiathèque doit donc posséder des ordinateurs avec une carte graphique capable d'afficher les éléments visuels dans une qualité correcte. Même constat pour la bande passante du fournisseur d'accès qui doit assurer un confort de visionnement pendant le streaming. Mais ces moyens ne sont pas toujours présents et gênent même les animations comme nous l'a indiqué la professionnelle de la médiathèque de Bagnolet. Des problèmes techniques peuvent survenir également pendant la médiation documentaire, empêchant le bon déroulement d'une projection par exemple. Un souci que la professionnelle d'Orléans a éprouvé pendant une rencontre avec un spécialiste des webdocumentaires : « On est tributaire, dans l'établissement, du streaming et donc du débit, de la bande passante. J'ai tellement peur de mauvaises surprises. Ça va mieux depuis mais, quand Nicolas Bole est venu présenter les films autour de la grande guerre, le matin, tout se passait bien quand il a installé et quand il a ouvert tous ses liens. Mais l'après-midi, il y a des films qu'on n'a pas pu voir. Devant le public, c'est un peu gênant. ». Ce problème a justement été souligné par le spécialiste dans *Le webdoc existe-t-il ?* : « Le péril peut provenir d'une connexion défaillante, rompant le cours fluide de

121 Terme inventé par Lionel Maurel dans son article *Faut-il respecter le droit en bibliothèque ?* pour le Bulletin des Bibliothèques de France.

la narration ou dégradant sa qualité »¹²². Une solution serait de demander aux intervenants d'amener leur création sur un disque dur externe ou une clef USB, comme l'a fait l'équipe de la médiathèque Montaigne de Frontignan lorsqu'elle a organisé la soirée dédiée aux webséries. Une sécurité qui permet d'éviter les mauvaises surprises lors de l'animation.

L'accès de la vidéo en ligne gratuite est également un aspect à prendre en compte dans le numérique. Dans la première partie de ce mémoire, nous avons vu qu'une des recommandations de Johanna Vogel¹²³ est d'investir l'environnement de l'utilisateur. Au lieu de se limiter à mettre un logo sur le portail qui est majoritairement consulté pour les informations pratiques et les actualités, les professionnels sont donc invités à utiliser les outils dont l'utilisation est ancrée dans les habitudes quotidiennes du public. Nous pensons bien entendu aux réseaux sociaux. Mais l'utilisation de ces outils obligera l'utilisateur à sortir de l'environnement numérique de la médiathèque (portail documentaire ou site Internet) et, en cas d'absence d'un module statistique dans les services proposés par celui-ci, elle pourra également empêcher l'évaluation de cette offre. Il s'agit là d'un risque à prendre en connaissance de cause. C'est à chaque structure d'évaluer ce qu'elle considère comme le mieux pour son projet et ses publics : rester sur le site internet de la médiathèque où les statistiques permettent de voir que l'offre n'est pas consultée ou s'emparer d'un outil externe avec une meilleure visibilité en espérant que les usagers l'utilisent.

L'évaluation de la médiation de la vidéo en ligne gratuite est un problème récurrent rencontré par les professionnels. L'absence de retour au niveau des collègues ou des usagers et d'un module statistique sur certains outils numériques est frustrant pour les professionnels qui s'investissent. De plus, cette situation les met dans l'impossibilité de faire un retour chiffré et donc de justifier le temps consacré et les moyens humains mobilisés pour ce travail auprès de leur tutelle. À la médiathèque de Bagnolet, la bibliothécaire regrette de ne pouvoir connaître le taux de consultation des webdocumentaires qu'elle présente sur le site Internet de l'établissement : « On n'a pas de statistiques qui nous permettent de savoir si ces documents sont encore consultés. ». Les professionnels doivent donc trouver un moyen d'évaluation pour la médiation dans l'environnement numérique. Si l'établissement possède

122 BOLE, Nicolas, MAL, Cédric. Op. cit. p. 18

123 VOGEL, Johanna. Op. cit. p. 35

un portail documentaire ou un site Internet, l'équipe peut demander le nombre de visites sur une page au service informatique de la ville ou au fournisseur du SIGB s'il en est le prestataire. Si la structure passe par un site Internet autre qui ne propose pas de modules statistiques, comme c'est le cas du réseau sociale culturel SensCritique, cette information peut être demandée au webmestre.

La médiation sur place semble plus évidente puisque les professionnels peuvent constater directement la réussite de l'animation à travers le nombre de participants, les retours des intervenants ou encore la participation du public pendant les échanges. Malgré cette facilité, les chiffres de ce type de médiation sont mitigés. Alors que les rencontres et les projections de webdocumentaire peinent à attirer un public conséquent, les tables rondes de youtubers rencontrent un succès important. Cette différence peut provenir de la raison que nous avons évoquée plus haut par rapport à la position des vidéastes et des documentaristes face à leur public. Mais elle peut également dépendre de la communication qui a été faite en amont sur l'événement.

Qu'elle soit pour annoncer une rencontre ou pour faire connaître une offre de vidéo en ligne gratuite, la communication autour de cette ressource semble plus logique dans l'environnement numérique. En effet, il est plus rapide de se renseigner ou d'accéder à une ressource numérique depuis un ordinateur que dans un lieu physique. De plus, perpétuellement sollicité par des images dans l'espace public, l'utilisateur peut oublier l'affiche aperçue à la médiathèque ou bien le nom du service mis en place. Un autre argument en faveur de la communication numérique est bien sûr celui de Johanna Vogel évoqué plus haut¹²⁴. Investir l'environnement dans lequel évolue l'utilisateur signifie alors s'emparer des outils qu'il a pris en main et adopter sa manière de communiquer. Un constat partagé par la médiathèque Cleunay de Rennes qui a fait le choix d'une communication entièrement numérique pour sa table ronde « Des youtubeurs à la bibli ! ». En effet, l'équipe était consciente que « [...] le public visé, des internautes curieux et plus ou moins habitués à la culture web, prennent leurs informations essentiellement sur Internet et via l'effet de bouche à oreille que procurent les réseaux sociaux. »¹²⁵

Afin d'indiquer un événement ou une offre, les professionnels doivent donc adopter une

124 VOGEL, Johanna. Op. cit. p. 35

125 LACROIX, Léa, BOULAT, Patrick. Op. cit. p. 43

posture de communiquant dans l'environnement numérique. Il s'agit alors de garder la même charte graphique et éditoriale en optant pour une unité de ton quelque soit le canal de communication utilisé et ainsi donner l'impression de parler à la même personne. Ce conseil rejoint une autre recommandation de Johanna Vogel qui est d'humaniser l'identité de la médiathèque en ligne. Nous pourrions pousser plus loin en parlant de *community management*. Une compétence dont l'équipe de Cleunay s'est emparée pour communiquer sur son événement. En effet, elle a interagi avec des internautes sur les réseaux sociaux avant, pendant et après l'animation. Durant la table ronde, des participants ont ainsi live-tweeté grâce à un hashtag défini en amont par l'équipe : #youtubib. 17 tweets et 20 retweets ont alors été publiés sur cet événement. Ces échanges ont permis d'attirer de nombreux spectateurs en plus d'entretenir le désir de participer à l'événement. En plus d'investir l'environnement des usagers, communiquer sur les réseaux sociaux permet aussi d'évaluer l'impact des messages. En effet, les deux sites les plus utilisés, Facebook et Twitter, fournissent un module statistique qui permet de constater le taux d'impressions (nombre de fois où un message a été vu) et d'engagement (nombre de fois où un internaute a aimé, partagé ou répondu à un message).

Le projet de réinventer la médiation documentaire autour de la vidéo en ligne gratuite peut aussi être porté par une association professionnelle comme Images en Bibliothèques. Au vu des journées de formation qu'elle propose régulièrement sur ce sujet, cette structure est déjà très impliquée sur ce type de ressource. De plus, elle tient un rôle important auprès des professionnels qui saluent ses initiatives et la voit comme un moteur et un soutien. La bibliothécaire de la médiathèque d'Orléans a ainsi tenu à souligner sa reconnaissance envers cette association : « Mais je tiens à dire depuis le début que c'est vraiment grâce à Images en Bibliothèques que les bibliothécaires ont été sensibilisés aussi à ce nouveau format documentaire. Ils ont fait un travail remarquable pour nous former, nous pousser à la découverte. C'est grâce à eux que j'ai choisi de faire tout ça. »

Le fait d'avoir un soutien et de pouvoir travailler en équipe semble être très important pour les professionnels qui se sont emparés de la vidéo en ligne gratuite. Ce besoin de formation et de cohésion est peut-être motivé par l'absence d'une plateforme balisée comme pour la VOD où un service d'assistance conseille et répond aux questionnements des bibliothécaires. L'importance du travail en équipe a d'ailleurs été soulignée par la professionnelle de

Bagnolet notamment sur l'acquisition d'oeuvres transmédia dont un webdocumentaire : « D'autant plus quand on arrive à montrer des supports différents. Je trouve ça trop bien quand j'arrive à faire ça. Parce que ça veut dire que c'est un travail en équipe, que je n'ai pas juste travaillé toute seule. Automatiquement, j'ai des collègues qui sont sur d'autres supports avec qui on peut parler, avec qui on a des liens. Ça aussi, c'est important ». Cette volonté de travailler ensemble est aussi visible lorsqu'un collègue s'occupe spécifiquement du numérique et qu'une médiation dans cet environnement est mise en place. La communication entre les membres de l'équipe est alors essentielle pour dresser les étapes d'un tel projet.

Les partenariats sont également très importants pour la médiation de la vidéo en ligne gratuite. Plusieurs établissements sont ainsi liés à l'association Images en Bibliothèques pour le Mois du Webdoc. Des partenariats locaux peuvent aussi voir le jour comme c'est le cas entre la bibliothèque Cleunay de Rennes et l'Antipode MJC¹²⁶. En effet l'association leur prête la salle de conférence pour certains événements.

Ce début d'analyse nous permet de constater que les outils numériques sont indispensables pour la médiation de la vidéo en ligne gratuite. Mais adapter des pratiques traditionnelles n'est pas évident pour certains professionnels qui ont du mal à changer d'habitudes. Il semble donc nécessaire de former les bibliothécaires à ce nouvel environnement afin d'intégrer la médiation documentaire, ainsi que sa communication, dans le parcours de l'internaute.

c. Une nécessaire formation des professionnels et sensibilisation des usagers

Au niveau de leur parcours universitaire, le profil des professionnelles interrogées présente des similitudes. En effet, elles ont toutes fait des études en faculté de lettres. Deux d'entre elles ont passé le CAFB¹²⁷ tandis que la troisième a accepté une titularisation avant de passer un concours territorial. De plus, elles n'ont pas de compétences informatiques à la base donc elles sont dans une logique d'auto-formation ou demandent de l'aide à un collègue. Quand un de leur collègue a la charge du numérique ou de la technique, elles délèguent cet aspect

126 Maison de la Culture et de la Jeunesse

127 Certificat d'Aptitude aux Fonctions de Bibliothécaire

de leur mission. Malgré ce manque de compétence dans leur cursus universitaire, les professionnelles interrogées participent à des journées de formation afin de se tenir au courant des actualités du webdocumentaire et des techniques de médiation à mettre en place.

Le caractère autodidacte pour tout ce qui concerne l'informatique se retrouve aussi au niveau des outils numériques employés. En effet, face aux réponses des professionnels interrogés, nous avons été forcé de conclure qu'ils ne semblent pas conscients du caractère potentiellement problématique de l'utilisation d'une plateforme d'hébergement de vidéos dans le cadre d'un établissement public. De plus, ils ne se sentent pas concernés par les CGU ou la censure.

Cependant, ils ont conscience de la limite légale de certaines de leurs pratiques comme le prouvent les propos de la professionnelle de la médiathèque de Bagnolet : « Si c'est sur YouTube et qu'il n'y a pas une restriction qui dise « demander à l'auteur », s'il y a le clic pour le partage, je prends l'iframe. Je pense que ce n'est pas forcément légal. Il y a peut-être plus de choses à faire mais on ne fait pas. ». Finalement, l'accès rapide et gratuit des vidéos en ligne lui donne l'impression qu'elles appartiennent à tout le monde : « Je pense que quand mes collègues ou moi-même, on met une bande-annonce et qu'on la prend de YouTube, on se dit que c'est un peu libre d'accès, de droit ». Ce propos laisserait donc sous-entendre que les professionnels des médiathèques ne font pas forcément attention aux droits d'auteur des vidéos qu'ils mettent en avant.

Une autre question liée à la déontologie a été abordée pendant la rencontre « Des youtubeurs à la bibli » à la bibliothèque Cleunay. Il s'agit de la véracité des propos tenus par les vulgarisateurs scientifiques. Un point d'attention qui tient particulièrement à coeur aux médiathécaires puisque le *Code de déontologie du bibliothécaire* de l'ABF stipule que les professionnels de l'information-documentation doivent « assurer la fiabilité des informations [...] »¹²⁸. Heureusement les youtubers scientifiques peuvent s'appuyer sur leur communauté pour détecter une erreur. Beaucoup d'entre eux sont donc attentifs aux commentaires laissés par les internautes sous leurs créations. Avant la réalisation, nombreux sont ceux à demander l'avis d'un spécialiste du sujet traité en lui faisant lire leurs scénarios.

128 ASSOCIATION DES BIBLIOTHÉCAIRES DE FRANCE. Op. cit, p. 21.

YouTube est la plateforme la plus utilisée par les vidéastes invités par les médiathèques lors des rencontres. Elle est même parfois un des critères de sélection comme cela a été le cas pour la bibliothèque Vaclav Havel de Paris puisqu'il s'agissait du thème de sa conférence : « Être youtubeur, c'est quoi ? ». Même constat pour la bibliothèque Cleunay car elle met en avant les vidéastes de cette plateforme pendant ses tables rondes « Des youtubeurs à la bibli ! », ainsi que lors de son atelier de création de vidéos YouTube. Mais au vu des difficultés déontologiques et juridiques que nous avons pointées par rapport à l'utilisation d'une plateforme d'hébergement de vidéos en ligne par une médiathèque de lecture publique, et notamment YouTube, la valorisation de celle-ci a-t-elle fait l'objet de questionnements préalables de la part des professionnels ? Se sont-ils renseignés sur la vérification des droits d'auteur ? Lors de la conférence « Être youtubeur, c'est quoi ? » à la médiathèque Vaclav Havel, l'animateur a posé une question sur ce sujet aux vidéastes invités : « Au niveau des droits, quand vous utilisez des musiques, des sons, des vidéos... Comment ça se passe ? Est-ce que vous avez eu des problèmes d'ailleurs avec ces questions de droit ? »¹²⁹. Même interrogation des professionnels pendant la rencontre « Des youtubeurs à la bibli » à la bibliothèque Cleunay. Les créateurs ont été invités à donner leur avis sur les autorités de régulation et les droits d'auteur¹³⁰. Cette question a même rejoint le sujet de ce mémoire lorsque Benjamin Brillaud (Nota Bene) a abordé la question de la médiation des vidéos de vulgarisation scientifique et culturelle en médiathèque. Lors des Assises nationales de la médiation numérique auxquelles il a assisté, il a proposé aux professionnels des médiathèques présents de projeter des vidéos de vulgarisation dans leurs espaces. Mais ces derniers lui ont répondu qu'ils feraient alors la promotion de contenus illégaux puisque les vidéastes utilisent souvent des extraits de films ou de musiques qui ne leur appartiennent pas. Le youtuber leur a alors conseillé de faire de la désobéissance civile et de diffuser ces contenus pour faire modifier les usages et ensuite la loi, arguant que les médiathèques étaient déjà dans l'illégalité en prêtant des CD. Cette remarque de Benjamin Brillaud est éclairante puisqu'elle nous permet de constater que la médiathèque Jean Prévost de Bron a donc été dans l'illégalité quand elle a diffusé ses vidéos dans ses murs en

129 BIBLIOTHÈQUE VACLAV HAVEL. Conférence "Être Youtubeur, c'est quoi ?". *YouTube.fr* [en ligne]. 16 novembre 2016. [Consulté le 20 décembre 2016]. Disponible à l'adresse :

<https://www.youtube.com/watch?v=6HAWJlBgbNA>

130 BIBLIOTHÈQUE DE RENNES. Conf Youtubeurs À La Bibli 21 Oct 2015. *SoundCloud.com* [en ligne]. 21 octobre 2015. [Consulté le 20 décembre 2016]. Disponible à l'adresse : <https://soundcloud.com/user-300472294/conf-youtubeurs-a-la-bibli-21-oct-2015>

2016. Les questions des professionnels aux vidéastes prouvent qu'ils sont finalement au courant des problèmes liés aux droits d'auteur dans les créations des vidéastes. Elles montrent cependant aussi l'absence d'interrogation au niveau du choix de la plateforme, ce qui laisserait sous-entendre que les bibliothécaires ne se questionnent pas sur l'outil mais sur le fonds pour ce type de vidéo en ligne gratuite.

L'utilisation de la plateforme d'hébergement de vidéos YouTube pourrait aussi laisser croire que les professionnels soutiennent le système mis en place par celle-ci, c'est-à-dire, système de monétisation flou pour les vidéastes, récupération des données personnelles, censure... Mais étant la plateforme privilégiée des créateurs ainsi que la plus utilisée par les jeunes internautes, les professionnels ne peuvent faire l'impasse sur cet outil. Nous pourrions croire alors que cette situation est une impasse. Une alternative pourrait être de s'emparer de cette plateforme tout en sensibilisant les usagers à son utilisation, afin qu'ils l'emploient en toute connaissance de cause.

Malheureusement, aucune formation sur ce thème n'a été mise en place dans les structures des professionnels interrogés. Les raisons évoquées sont le manque de temps et les moyens informatiques insuffisants. Cependant cette volonté est présente dans les médiathèques observées. En effet, la bibliothèque Cleunay de Rennes a proposé un atelier de création de vidéo YouTube durant lequel des adolescents ont appris à écrire, tourner et monter un contenu audiovisuel pour cette plateforme. La médiathèque Yourcenar de Paris a mis en place deux ateliers avec une booktubeuse pour initier les participants à l'écriture de ce type de vidéo en ligne. Ces animations montrent l'intérêt que les professionnels accordent à la formation des usagers par rapport au contenu. En effet, il n'existe pas de formation au contenant. Alors que finalement celle-ci pourrait se faire très simplement, par exemple sous forme d'atelier en deux parties. La première permettrait aux participants de se familiariser avec la plateforme en apprenant à chercher des vidéos, à créer un compte... Tandis que la deuxième serait plus théorique en abordant les problèmes liés à la plateforme. C'est dans ce cadre-là que pourrait également être abordée la question des bloqueurs de publicités et de mouchards. Une sensibilisation qui est délaissée par les professionnels ou du moins, très peu prise en compte comme nous l'ont montré les retours des bibliothécaires interrogés sur ce sujet. Or « garantir la confidentialité des usages » est un devoir des professionnels selon le

Code de déontologie du bibliothécaire publié par l'ABF¹³¹. Cependant, au vu du fonctionnement d'Internet, il est impossible pour les médiathécaires d'assurer entièrement cet aspect. Leur rôle est donc de sensibiliser les usagers à l'environnement numérique afin de les informer des risques qu'ils encourent et de leur proposer éventuellement des solutions pour s'en prémunir.

2 . Hypothèse 2 : Les professionnels ne considèrent pas la vidéo en ligne comme faisant partie intégrante de la collection et ne lui appliquent donc pas les pratiques professionnelles habituelles

a. Une place pour la vidéo en ligne gratuite dans la collection numérique ?

Pour les professionnels interrogés, la vidéo en ligne gratuite ne fait pas partie de la collection numérique de leur établissement. Les raisons avancées pour justifier cette position sont diverses. L'impossibilité de cataloguer a été évoquée par la bibliothécaire de Bagnolet et d'Orléans. Tandis que la professionnelle de la médiathèque Blaise Cendrars de Conflans-Sainte-Honorine ne se sent pas légitime de considérer une ressource comme faisant partie de la collection alors qu'elle n'a pas payé de droit dessus. Un autre argument avancé par les établissements de Bagnolet et Conflans-Sainte-Honorine concerne la pérennité des liens. Les bibliothécaires ne peuvent envisager une ressource appartenant à leur fonds alors que celle-ci peut disparaître du jour au lendemain sans leur consentement. Concernant la pérennité des liens, Nicolas Bole et Cédric Mal ont consacré un chapitre à l'archivage des webdocumentaires à la BnF¹³² dans leur ouvrage *Le webdoc existe-t-il ?*¹³³. Un des co-auteur a demandé à Régine Leturque, prospectrice en charge du webdocumentaire à la BnF, : « Ne pensez-vous pas que les webdocs, étant conçus par et pour le web, sont parfois par essence éphémère, notamment lorsqu'ils contiennent une dimension live et qu'il conviendrait peut-être de ne pas les archiver ? ». Régine Leturque lui a alors répondu qu'il était de la mission de la BnF « de trouver des moyens de conserver ces données, car il s'agit à la fois de sources d'informations importantes à destination des chercheurs, et d'oeuvres qu'il convient

131 ASSOCIATION DES BIBLIOTHÉCAIRES DE FRANCE. Op. cit, p. 21.

132 Bibliothèque nationale de France.

133 BOLE, Nicolas, MAL, Cédric. Op. cit. p. 18

d'archiver avant qu'elles disparaissent ». Les bibliothèques de lecture publique n'ont certes pas vocation à lancer des initiatives de ce type mais certaines d'entre elles, dans le cadre de partenariats avec le BNF sur le projet de dépôt légal de l'Internet, pourront donner accès à des contenus qui peuvent être éphémères.

Dans les structures observées, la vidéo en ligne gratuite ne semble également pas faire partie de la collection numérique. Elle est un moyen de promotion ou d'appel à la médiathèque Jean Prévost de Bron qui a diffusé des vidéos de Nota Bene pour une dédicace, sans médiation particulière autour de celles-ci. Tandis que la médiathèque George Sand de Moirans ne fait pas la distinction entre les différents types de vidéos en ligne sur son blog, mélangeant webdocumentaires, webséries et vidéos de vulgarisation dans la même catégorie.

Ce n'est ici aucunement un jugement car il ne s'agit pas d'un manque de volonté de la part des professionnels mais d'un manque de moyens techniques et humains. Ces deux contraintes empêchent les bibliothécaires de s'occuper pleinement de la vidéo en ligne gratuite. Ils sont obligés de consacrer leur temps de travail aux ressources payantes afin de rentabiliser l'investissement financier et ainsi justifier celui-ci auprès de leur tutelle.

Mais un élément nous pousse à comprendre que cette situation ne va pas changer prochainement. La vidéo en ligne gratuite n'est inscrite dans la politique documentaire d'aucun des trois établissements interrogés. La structure de Bagnolet ne possède pas de politique documentaire et la bibliothécaire de Conflans-Sainte-honorine ne pense pas la modifier puisqu'elle hésite à continuer son travail sur cette ressource. La professionnelle de la médiathèque d'Orléans n'y avait même jamais songé.

La situation de la vidéo en ligne gratuite en médiathèque de lecture publique incite certains professionnels à imaginer des moyens de légitimer ce type de production, à la fois auprès de leurs collègues et au final de leurs publics. Une démarche qui a déjà été enclenchée pour la bibliothèque Cleunay de Rennes dont l'équipe annonce que « les créations vidéo sur Internet doivent être considérées comme un objet culturel à part entière »¹³⁴. Une position qui semble être partagée par l'établissement Vaclav Havel de Paris qui a reconnu une légitimité au youtubeur Mickaël Launay (Micmaths) pour assurer la formation des usagers sur le

134 LACROIX, Léa, BOULAT, Patrick. Op. cit. p. 43

domaine dont il traite dans ses vidéos.

Puisque beaucoup de professionnels ne considèrent pas la vidéo en ligne gratuite comme faisant partie de la collection numérique, nous pensons qu'ils ne lui appliquent donc pas les pratiques professionnelles habituelles.

b. D'autres pratiques professionnelles pour la vidéo en ligne gratuite ?

Au vu des réponses des professionnels interrogés et des observations effectuées sur les structures, certaines pratiques documentaires sont appliquées à la vidéo en ligne gratuite.

Concernant le catalogage et l'indexation, une seule structure parmi les trois interrogées a signalé les vidéos dans son catalogue et aucun des établissements observés n'a appliqué cette pratique à la vidéo en ligne. Les professionnels questionnés ont évoqué des limites techniques et/ ou un manque de temps. La pérennité des liens a également été citée. Cet aspect de la vidéo en ligne a d'ailleurs été soulevé par un spectateur lors de la conférence sur les écritures numériques à la bibliothèque Marguerite Yourcenar de Paris : « est-ce que vous pensez que des formats peuvent être pérennes sur Internet comme le livre ou le film ? » Ina Mihalache (Solange Te Parle) a eu du mal à répondre, qualifiant ses vidéos d'« objets volatils » et d'« objets transitoires » qui ont un « statut bâtard ». Il est donc délicat pour les professionnels de se positionner sur cette question lorsque même les vidéastes n'arrivent pas à délimiter les contours de leurs propres créations. Finalement, le choix de ne pas signaler la vidéo en ligne semble révélateur de la place qu'elle occupe dans la collection numérique : inexistante.

Tandis que la professionnelle de Bagnolet n'a pas le temps de désherber les webdocumentaires qu'elle valorise sur le site Internet de son établissement, les bibliothécaires de Conflans-Sainte-Honorine et d'Orléans effectuent régulièrement cette pratique documentaire. Nous ne pouvons cependant parler de critères de désherbage puisque ceux-ci ne sont pas choisis mais subis. En effet, l'unique condition appliquée est imposée par la nature de la ressource : les webdocumentaires désherbés sont ceux dont le

lien Internet est mort.

La veille est une pratique documentaire importante pour repérer de nouveaux webdocumentaires. Un bilan partagé par les professionnelles d'Orléans et de Bagnolet qui consultent régulièrement des sites Internet spécialisés dans l'actualité ou la diffusion de ce type de contenu. La médiathèque Montaigne de Frontignan a également mis en place un système de veille pour alimenter ses listes de webséries et de webdocumentaires sur SensCritique. Des alertes Google ont ainsi été programmées avec des mots clefs correspondant à la ressource et aux thèmes recherchés.

Même si elle ne fait pas partie de la collection numérique et que les pratiques documentaires qui lui sont appliquées sont floues, on ne peut nier que la vidéo en ligne gratuite répond à un projet d'établissement et qu'elle est à même d'y répondre plus facilement que la VOD.

3. Hypothèse 3 : Parallèlement la vidéo en ligne gratuite répond à des objectifs d'un projet d'établissement de par la souplesse qu'elle permet par rapport à une offre de VOD

a. Une cohabitation parfois présente entre vidéo en ligne gratuite et VOD

Comme nous l'avons vu dans la première partie de ce mémoire, les ressources gratuites permettent une plus grande souplesse par rapport aux contenus payants. En effet, comparée à la vidéo à la demande, la vidéo en ligne gratuite offre plus de possibilités sur de nombreux aspects : aucune connexion n'est requise pour sa consultation, le nombre de visionnements est illimité, le partage du lien sur les réseaux sociaux est possible et l'éditorialisation est plus simple grâce au lecteur embarqué proposé par les plateformes d'hébergement de vidéos.

Deux des professionnels interrogés ont souscrit à un service de VOD, Les Yeux Doc. Mais ils ne la considèrent pourtant pas comme une offre classique. En effet, la bibliothécaire d'Orléans a fait la distinction entre une offre VOD et « l'offre de la BPI » tandis que la professionnelle de Bagnolet a avancé comme explication que « c'est fait par des collègues

vidéothécaires ».

Du côté des structures observées, elles n'ont également pas toutes souscrit à une offre de vidéo à la demande. C'est notamment le cas pour la médiathèque Denis Poisson de Pithiviers et les trois établissements du réseau des bibliothèques de Paris dont la médiation a été analysée.

b. La simplicité de la sélection et de la médiation autour de la vidéo en ligne gratuite

La sélection de vidéos en ligne gratuites se fait selon des critères différents pour chaque établissement et ils ne sont pas forcément définis en amont par les bibliothécaires. Ils semblent en fait dépendre du projet que l'établissement souhaite mettre en place pour ce contenu. Les webséries valorisées par la médiathèque Montaigne de Frontignan permettent ainsi de créer un lien à la fois avec les thèmes forts représentés par l'établissement et avec la vie culturelle locale. Même constat pour l'établissement de Bagnolet qui sélectionne les webdocumentaires selon le thème annuel ou l'actualité. Tandis que la médiathèque Gaston Baisette de Mauguio et de Conflans-Sainte-Honorine recherchent l'encyclopédisme, la médiathèque François Truffaut de Paris se concentre sur l'Art qu'elle a mis au centre de son projet d'établissement : le cinéma. Un critère particulier a été dégagé par la médiathèque d'Orléans et qu'elle semble être la seule à appliquer pour sa sélection de webdocumentaires. En effet, la professionnelle surveille l'actualité nationale pour essayer de proposer des alternatives lorsqu'elle peut être perçue comme négative : « Dans des périodes un peu mouvementées d'attentat ou autre, je vais essayer de mettre quelque chose d'un peu plus joyeux ou sur la musique par exemple ».

L'aspect crossmédia ou transmédia est peu exploité par les bibliothécaires donc il n'est clairement pas vu comme un critère de sélection.

Malgré le fait que les critères de sélection ne semblent pas totalement prédéfinis, les établissements respectent cependant certains conseils de la politique d'acquisition en douze points de l'ABF¹³⁵. En effet, pour choisir les thématiques dont les webséries et les

135 ASSOCIATION DES BIBLIOTHÉCAIRES DE FRANCE. La politique d'acquisition en 12 points. abf.asso.fr [en ligne]. 16 octobre 2016. [Consulté le 12 février 2017]. Disponible à l'adresse :

webdocumentaires mis en avant sur son compte SensCritique doivent traiter, l'équipe de la médiathèque Montaigne de Frontignan a appliqué le cinquième conseil de l'ABF : « évaluer les collections existantes ». Les établissements de Conflans-Sainte-Honorine et d'Orléans ont quant à eux « formaliser les procédures de désherbage » pour les webdocumentaires qu'elles ont sélectionnées. Enfin, le conseil de « développer les compétences en acquisition » a été mis en pratique par les médiathèques de Mauguio et Frontignan puisque les équipes ont organisé une réunion pour décider de la manière d'alimenter leurs listes SensCritique. Dans la deuxième structure, une veille a d'ailleurs été organisée pour repérer de nouveaux contenus pertinents.

Ces conseils prodigués par l'ABF ne peuvent être appliqués à la vidéo à la demande puisque son acquisition se fait en bouquet déjà prédéfini par les fournisseurs. Ce système contraint les critères de sélection des professionnels et se trouve donc moins adapté dans le cadre d'un projet d'établissement. Contrairement à la VOD, la vidéo en ligne gratuite permet donc une formalisation de ses critères d'acquisition et renvoie donc à un projet de politique documentaire.

Par rapport à la vidéo à la demande, la vidéo en ligne gratuite permet également beaucoup plus d'initiatives concernant la médiation documentaire, et notamment l'éditorialisation. Puisqu'il ne s'agit pas d'un choix subi comme peut l'être vécu un catalogue de VOD, la médiation de cette ressource est plus souple et peut permettre de créer plus facilement du lien avec la collection physique et numérique ou encore, avec des événements culturels locaux.

La médiation dans l'environnement numérique devient plus souple car les liens des vidéos peuvent être facilement partageables. C'est la pratique qui a été mise en place dans la médiathèque Gaston Baissette de Mauguio et Montaigne de Frontignan grâce à des liens copiés dans le réseau social culturel SensCritique. Les vidéos peuvent également être exportées de leur plateforme de diffusion. En effet, un lecteur embarqué permet de publier les vidéos sur le site Internet de l'établissement, comme l'a fait la médiathèque Denis Poisson de Pithiviers. Comparé au lien copié, l'export de vidéo présente un avantage majeur car cette pratique ne sors pas l'utilisateur de l'environnement numérique de l'établissement. Un intérêt que la médiathèque Georges Sand de Moirans a bien compris en utilisant le lecteur

<https://www.abf.asso.fr/6/144/49/ABF/la-politique-d-acquisition-en-12-points>

embarqué de la plateforme YouTube.

Nous pouvons dresser un constat similaire avec la médiation dans les murs. Alors qu'il est difficile de faire venir un réalisateur d'un film diffusé sur une plateforme de vidéo à la demande, les vidéastes et réalisateurs de webséries ou webdocumentaires semblent plus disponibles. La diffusion de leurs oeuvres étant plus confidentielle, ces créateurs ont besoin de structures qui leur proposent de rencontrer et d'échanger avec le public.

La communication de la vidéo en ligne est également facilité comme nous l'avons vu grâce au partage de liens sur les réseaux sociaux. L'importance de cette démarche a d'ailleurs été remarquée dans les animations mises en place par la bibliothèque Cleunay de Rennes et les établissements du réseau parisien.

Conclusion

Tandis que les professionnels des médiathèques de lecture publique développent leur collection numérique, la vidéo en ligne gratuite attire de plus en plus les bibliothécaires. En effet, l'accès libre et illimité à ces contenus les a convaincu de se tourner vers ceux-ci pour les proposer à leurs usagers. D'autant plus que les atouts de la vidéo en ligne permettent une souplesse plus grande dans la médiation par rapport aux ressources payantes dont l'accès est contrôlé. Grâce à cette liberté, les professionnels des médiathèques de lecture publique mettent en oeuvre une médiation documentaire différente sur les contenus de type vidéo en ligne gratuite. En effet, loin de se contenter de reproduire les pratiques appliquées à leur collection numérique, ils se sont emparés d'autres outils et ont appliqué des méthodes différentes afin de s'adapter aux habitudes numériques de leurs usagers.

Cependant, malgré cette volonté, la vidéo en ligne gratuite peine à trouver sa place en médiathèque de lecture publique. En effet des difficultés techniques empêchent sa pleine appropriation par les professionnels. Mais ces contrariétés peuvent être réglées par un meilleur équipement informatique ou par le choix d'un fournisseur d'accès plus performant. Le vrai problème de la vidéo en ligne vient du fait que les professionnels ne lui accordent pas une place définie au sein de leur collection. Or s'ils ne la considèrent pas comme partie intégrante de leur fonds, les usagers ne le feront pas non plus. La vidéo en ligne gratuite attend donc une meilleure appropriation, voire une légitimation, de la part des professionnels pour enfin pouvoir rencontrer son public.

Cette démarche est d'autant plus importante que ce type de vidéo répond à des objectifs d'un projet d'établissement de par la souplesse qu'elle permet par rapport à une offre de vidéo à la demande. Critères de sélection définis, signalement dans le catalogue, procédés de médiation documentaire en accord avec les pratiques des usagers... la légitimation de la vidéo en ligne gratuite peut passer par la formalisation de ces éléments dans la politique documentaire des médiathèques de lecture publique. La formation des professionnels peut être une étape pour considérer cette ressource comme une partie essentielle de la collection.

La médiation de la vidéo en ligne gratuite est donc encore dans une phase de tâtonnement

dans les médiathèques de lecture publique car les professionnels ne se sentent pas légitimes pour s'emparer d'une ressource accessible gratuitement. Comme si cet atout devenait finalement un désavantage or, la gratuité n'est pas forcément gage de mauvaise qualité. Un constat déjà dressé par Sylvère Mercier en 2010 : « Il y a suffisamment de perles en accès libre sur le web pour ne pas perdre son temps et l'argent du contribuable auprès d'entreprises qui cherchent à vendre aux bibliothécaires des trucs chers que personne ne consultera. »¹³⁶

136 MERCIER, Sylvère. Ressources numériques et médiation dans les bibliothèques publiques. *Bibliobsession.net* [en ligne]. Mis à jour le 4 octobre 2010 [Consulté le 17 août 2017]. Disponible à l'adresse : <http://www.bibliobsession.net/2010/10/04/ressources-numeriques-et-mediation-dans-les-bibliotheques/>

Bibliographie

ACCART, Jean-Philippe. *La médiation à l'heure du numérique*. Paris : Cercle de la Librairie, 2016. Bibliothèques. 172 p. ISBN 978-2-7654-1505-3.

ASSOCIATION DES BIBLIOTHÉCAIRES DE FRANCE. Code de déontologie du bibliothécaire. *abf.asso.fr* [en ligne]. 23 mars 2003. [Consulté le 12 février 2017]. Disponible à l'adresse : <https://www.abf.asso.fr/6/46/78/ABF/code-de-deontologie-du-bibliothecaire>

ASSOCIATION DES BIBLIOTHÉCAIRES DE FRANCE. La politique d'acquisition en 12 points. *abf.asso.fr* [en ligne]. 16 octobre 2016. [Consulté le 12 février 2017]. Disponible à l'adresse : <https://www.abf.asso.fr/6/144/49/ABF/la-politique-d-acquisition-en-12-points>

BARRON, Géraldine, LE GOFF-JANTON, Pauline (dir.). *Intégrer des ressources numériques dans les collections*. Villeurbanne : Presses de l'ENSSIB, 2014. La Boîte à outils, 29. 184 p. ISBN 979-10-91281-18-8.

BÉLIARD, Anne-Sophie, NAULIN, Sidonie. La critique culturelle : déclin ou hégémonie ? *Reset.revues.org* [en ligne]. 30 juin 2016. [Consulté le 20 décembre 2016]. Disponible à l'adresse : <https://reset.revues.org/757>

BEUSCART, Jean-Samuel, MELLET, Kevin. La conversion de la notoriété en ligne : une étude des trajectoires de vidéastes pro-am. *Terrains & travaux*, 2015, 1, n° 26, pp. 83-104.

BIBLIOTHÈQUE DE RENNES. Conf Youtubeurs À La Bibli 21 Oct 2015. *SoundCloud.com* [en ligne]. 21 octobre 2015. [Consulté le 20 décembre 2016]. Disponible à l'adresse : <https://soundcloud.com/user-300472294/conf-youtubeurs-a-la-bibli-21-oct-2015>

BIBLIOTHÈQUE VACLAV HAVEL. Conférence "Être Youtubeur, c'est quoi ?". *YouTube.fr* [en ligne]. 16 novembre 2016. [Consulté le 20 décembre 2016]. Disponible à l'adresse : <https://www.youtube.com/watch?v=6HAWJIBgbNA>

BOLE, Nicolas, MAL, Cédric. *Le webdoc existe-t-il ?* Paris : Le Blog documentaire, 2014. 607 p. ISBN 978-1-291-85581-4.

CARON, Estelle, CHANTEREAU Danielle (dir.). *L'Audiovisuel en bibliothèque*. Paris : Association des bibliothécaires de France, 2010. 175 pages. Médiathèmes. ISBN 978-2-900177-34-1.

CARON, Josephine. Quelles plateformes choisir pour sa vidéo ? *Topovideo.com* [en ligne]. 4 mai 2015. [Consulté le 20 décembre 2016]. Disponible à l'adresse : <http://topovideo.com/quelle-plateforme-choisir-pour-sa-video>

CASSINI, Sandrine. Dailymotion : la difficile reconquête. *LeMonde.fr* [en ligne]. 8 février 2017 [Consulté le 20 décembre 2016]. Disponible à l'adresse : http://www.lemonde.fr/economie/article/2017/02/08/dailymotion-la-difficile-reconquete_5076398_3234.html

Des vidéastes accusent YouTube de « censure qui ne dit pas son nom ». *LeMonde.fr* [en ligne]. 2 septembre 2016. [Consulté le 20 décembre 2016]. Disponible à l'adresse : www.lemonde.fr/pixels/article/2016/09/02/des-videastes-accusent-youtube-de-censure-qui-ne-dit-pas-son-nom_4991794_4408996.html#6ajFYw6FbjQLMOK.99

Diffusion en bibliothèque de films complets présents sur YouTube. *Enssib.fr* [en ligne]. 24 mai 2016. [Consulté le 20 décembre 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.enssib.fr/content/diffusion-en-bibliotheque-de-films-complets-presents-sur-youtube>

E-videos gratuites en bibliothèque. *Médiathèque.pasdecals.fr* [en ligne]. 21 avril 2015. [Consulté le 20 décembre 2016]. Disponible à l'adresse : http://mediatheque.pasdecals.fr/index.php?option=com_content&view=article&id=1968&Itemid=421

FOURMEUX, Thomas. Garantir le droit à la vie privée, un impératif moral. *Biblinumericus.fr* [en ligne]. 29 juin 2017. Disponible à l'adresse :

<https://biblinumericus.fr/2017/06/29/garantir-le-droit-a-la-vie-privee-un-imperatif-moral/>

GALAUP Xavier (dir.). *Développer la médiation documentaire numérique* [en ligne]. Villeurbanne : Presses de l'ENSSIB, 2012. 228 p. La Boîte à outils, 25. [Consulté le 20 décembre 2016]. Disponible à l'adresse : <http://mediationdoc.enssib.fr/lire-en-ligne>

GERVAIS, Jean-François, et al. Modèles économiques et techniques. *Documentaliste-Sciences de l'Information*, 2010, n°47, pp. 30-41.

GUSTHIOT, Julien. *Les ressources numériques dans les médiathèques territoriales : état des lieux et lignes de fuites* [en ligne]. Mémoire d'étude : Diplôme de Conservateur territorial des Bibliothèques. Université de Lyon, 2010. 88 p. [Consulté le 20 décembre 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/49078-les-ressources-numeriques-dans-les-mediathèques-territoriales-etat-des-lieux-et-lignes-de-fuites.pdf>

IMAGES EN BIBLIOTHÈQUES. *Étude du réseau d'Images en bibliothèques – 2015 – Le cinéma et l'audiovisuel en médiathèque*. 2016. 16 p. Disponible à l'adresse : <http://www.imagesenbibliotheques.fr/IMG/pdf/IB2015-EtudedeReseau.pdf>

INTERNATIONAL FEDERATION OF LIBRARY ASSOCIATIONS AND INSTITUTIONS. Code d'éthique de l'IFLA pour les bibliothécaires et les autres professionnel(le)s de l'information. *Ifla.org* [en ligne]. Août 2012. Disponible à l'adresse : <https://www.ifla.org/files/assets/faife/codesofethics/frenchcodeofethicsfull.pdf>

JAIMES, Nicolas. Infographie : les 10 sites Web les plus visités au monde. *Journaldunet.com* [en ligne]. 5 avril 2017. [Consulté le 17 août 2017]. Disponible à l'adresse : <http://www.journaldunet.com/media/publishers/1193352-infographie-les-10-sites-les-plus-visites-au-monde-selon-statista/>

JOUX, Alexandre. Taxe YouTube : la France fidèle à ses principes. *La Revue européenne des*

médias et du numérique, hiver 2016-2017, n°41. Également disponible en ligne à l'adresse : <http://la-rem.eu/2017/05/18/taxe-youtube-france-fidele-a-principes/>

KALLENBORN, Gilbert. Mouchards publicitaires : ce que Ghostery, Adblock Plus et consorts laissent passer. *01net.com* [en ligne]. 03 mai 2017. Disponible à l'adresse : <http://www.01net.com/actualites/mouchards-publicitaires-ce-que-ghostery-adblock-plus-et-consorts-laissent-passer-1155442.html>

LACCARIÈRE, Cyril. Vivendi lance Studio+, des séries sur smartphones pour les millenials du monde entier. *Lopinion.fr* [en ligne]. 24 novembre 2016. Disponible à l'adresse : <http://www.lopinion.fr/edition/economie/vivendi-lance-studio-series-smartphones-millennials-monde-entier-115158>

LACROIX, Léa, BOULAT, Patrick. Des Youtubeurs à la bibli : la vulgarisation sur le web & les bibliothèques. *Docarenes.wordpress.com* [en ligne]. 12 novembre 2015. Disponible à l'adresse : <https://docarenes.wordpress.com/2015/11/12/des-youtubeurs-a-la-bibli-la-vulgarisation-sur-le-web-les-bibliotheques/>

LAHARY, Dominique. Penser la bibliothèque en concurrence. *Bulletin des bibliothèques de France*, 2012, n° 4, pp. 6-10. Également disponible en ligne à l'adresse : <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2012-04-0006-001>

LECHAVALLIER, Pascal. Vidéo : le DVD rattrapé par la VOD. *Zdnet.fr* [en ligne]. 25 avril 2017. Disponible à l'adresse : <http://www.zdnet.fr/blogs/digital-home-revolution/video-le-dvd-rattrape-par-la-vod-39851622.htm#xtor=RSS-1>

LECHAVALLIER, Pascal. Jusqu'où va aller le Replay ? *Zdnet.fr* [en ligne]. 25 juin 2017. Disponible à l'adresse : <http://www.zdnet.fr/blogs/digital-home-revolution/jusqu-ou-va-aller-le-replay-39854142.htm>

LEON Y BARELLA, Alicia. *La Vidéo à la demande en bibliothèque : Bilan et perspectives* [en

ligne]. Mémoire d'étude : Diplôme de Conservateur territorial des Bibliothèques. Université de Lyon, 2013. 100 p. [Consulté le 20 décembre 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/60376-la-video-a-la-demande-en-bibliotheque-bilan-et-perspectives.pdf>

LE RIRE JAUNE. L'argent sur YouTube – Le Rire Jaune. *YouTube.fr* [en ligne]. 29 avril 2015. Disponible à l'adresse : <https://www.youtube.com/watch?v=GREGO4tBLEm8>

MAUREL, Lionel. La bibliothèque sur le web et le nouvel environnement de la publication numérique : situation et perspectives. In ALIX, Yves (dir.). *Droit d'auteur et bibliothèques*. Paris : Cercle de la librairie, 2012, 241 p. ISBN 978-2-7654-1348-6.

MAUREL, Lionel. Faut-il respecter le droit en bibliothèque ? *Bulletin des bibliothèques de France*, 2011, n°3, pp. 6-10. Également disponible en ligne à l'adresse : <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2011-03-0006-001.pdf>

MÉDIAMÉTRIE. *L'Audience Vidéo Ordinateur en France en décembre 2016*. Communiqué de presse. 31 janvier 2017.

MÉDIAMÉTRIE. *L'Audience Vidéo Ordinateur en France en mars 2017*. Communiqué de presse. *Mediametrie.fr* [en ligne]. 2 mai 2017. [Consulté le 17 août 2017]. Disponible à l'adresse : <http://www.mediametrie.fr/internet/communiques/l-audience-video-ordinateur-en-france-en-mars-2017.php?id=1668>

MÉDIAMÉTRIE. *L'Audience Vidéo Ordinateur en France en juin 2017*. Communiqué de presse. *Mediametrie.fr* [en ligne]. 2 août 2017. [Consulté le 17 août 2017]. Disponible à l'adresse : <http://www.mediametrie.fr/internet/communiques/l-audience-video-ordinateur-en-france-en-juin-2017.php?id=1725>

MÉDIAMÉTRIE, IAB FRANCE. La vidéo en ligne en France en 2016 : pratique et enjeux. *Mindnews.fr* [en ligne]. 24 mai 2016. [Consulté le 17 août 2017]. Disponible à l'adresse : <http://www.mindnews.fr/articles/mediametrie-iab-france-les-usage-de-la-video-en-ligne-en->

[2016.7709.html](#)

MERCIER, Sylvère. Médiation numérique : une définition. *Bibliobsession.net* [en ligne]. Mis à jour le 14 septembre 2016 [Consulté le 17 août 2017]. Disponible à l'adresse : <http://www.bibliobsession.net/2010/03/03/mediation-numerique-en-bibliotheque-une-definition/>

MERCIER, Sylvère. Ressources numériques et médiation dans les bibliothèques publiques. *Bibliobsession.net* [en ligne]. Mis à jour le 4 octobre 2010 [Consulté le 17 août 2017]. Disponible à l'adresse : <http://www.bibliobsession.net/2010/10/04/ressources-numeriques-et-mediation-dans-les-bibliotheques/>

MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION. *Enquête 2013-2014 sur les ressources numériques en bibliothèque publique*. Mars 2014. 38p. Disponible à l'adresse : <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Thematiques/Livre-et-Lecture/Documentation/Publications/Etudes-et-rapports-numerique-en-bibliotheque/Enquete-2013-2014-sur-les-ressources-numeriques-en-bibliotheque-publique>

MORICARD, Sébastien, T.PUYSEGUR, Alain. *Le Guide des YouTubers : découvrez les meilleures chaînes du web*. Paris : Castermore, 2016. 288 p. ISBN 978-2-36231-184-0.

OUANNOU, Daniel. How I met your browser. *Ventilo* [en ligne]. Octobre 2012, n°305, p. 27. [Consulté le 21 janvier 2016]. Également disponible en ligne à l'adresse : <https://www.scopalto.com/ventilo/305/numero-305>

PARIS BIBLIOTHÈQUES. Numok - Les écritures numériques. YouTube.fr [en ligne]. 6 novembre 2015. [Consulté le 17 août 2017]. Disponible à l'adresse : <https://www.youtube.com/watch?v=qTFt6Ud2EPc>

POSADA, Julien. Les « Booktubers » et la professionnalisation de la critique amateur. *Lectecri.hypotheses.org* [en ligne]. 16 décembre 2016. [Consulté le 17 août 2017]. Disponible à l'adresse : <https://lectecri.hypotheses.org/66>

Projection d'une vidéo Youtube dans le cadre d'une conférence. Enssib.fr [en ligne]. 18 octobre 2016. [Consulté le 20 décembre 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.enssib.fr/content/projection-dune-vidéo-youtube-dans-le-cadre-dune-conference>

Référencer un webdocumentaire. Enssib.fr [en ligne]. 10 décembre 2015. [Consulté le 20 décembre 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.enssib.fr/content/referencer-un-webdocumentaire>

ROUSSELET, Dominique, GUILLAUMOT Julie, PALESSE, Marianne. *Du Cinéma en médiathèque*. Médiathèmes. Paris : ABF, 2017. 210 p. ISBN 978-2-900177-48-8.

SCOPSI, Claire. Les enjeux documentaires de la vidéo en ligne. *Documentaliste-Sciences de l'Information*, 2010, n°47, p. 14.

SETRA. Les YouTubeurs pourront maintenant gagner des récompenses aux Emmy Awards. *Presse-citron.net* [en ligne]. 4 mars 2016. Disponible à l'adresse : <https://www.presse-citron.net/les-youtubers-pourront-maintenant-gagner-des-recompenses-aux-emmy-awards/>

Vidéo en ligne et VOD : les 6 tendances à suivre en 2017 dans l'industrie des médias et du divertissement. *Okast blog* [en ligne]. 2 janvier 2017. Disponible à l'adresse : <http://blog.okast.tv/fr/2017/01/02/video-en-ligne-et-vod-les-6-tendances-a-suivre-en-2017/>

VIDÉOTHÈQUE D'ALEXANDRIE. RdV de Pharos #12 : La valorisation des vidéastes sur internet. *youtube.fr* [en ligne]. 27 mars 2017. Disponible à l'adresse : https://www.youtube.com/watch?v=4vDRU3O-L2A&list=PLTL_2_wdGm0xiBmlhWXA-2EIXyIWFxLA_&index=1

Vidéo verticale : le grand saut des plateformes et annonceurs ? *Webmarketing-com.com* [en ligne]. 2 mars 2017. Disponible à l'adresse : <https://www.webmarketing-com.com>

com.com/2017/03/02/57026-video-verticale-le-grand-saut-des-plateformes-et-annonceurs

VIET, Jean-Baptiste. *YouTubeur : Créer des vidéos et des millions de vues sur YouTube*. Paris : Eyrolles, 2016. 320 p. ISBN 978-2-212-56560-7.

VOGEL, Johanna. *Médiation numérique : qu'est-ce que les bibliothèques peuvent apporter au Web ?* [en ligne]. Mémoire d'étude : Diplôme de Conservateur territorial des Bibliothèques. Université de Lyon, 2011. 101 p. [Consulté le 21 janvier 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/notices/49484-mediation-numerique-qu-est-ce-que-les-bibliotheques-peuvent-apporter-au-web>

Webdocumentaires, webséries, ... *Agorabib.fr* [en ligne]. Mars 2013. [Consulté le 20 décembre 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.agorabib.fr/topic/158-webdocumentaires-webs%C3%A9ries/>

WIOREK, Noémie. *Les pratiques de consommation des web séries par les lycéens* [en ligne]. Mémoire d'étude : Information Communication. Université Toulouse Jean Jaurès, 2014. 53 p. [Consulté le 21 janvier 2016]. Disponible à l'adresse : <http://dante.univ-tlse2.fr/657/>

Annexes

1. Entretien avec Guénaëlle Slanoski de la médiathèque de Bagnole

En quelques mots, pouvez-vous présenter votre parcours universitaire et professionnel ?

Ça fait 25 ans que je travaille. J'ai passé un CAFB (Certificat d'Aptitude aux Fonctions de Bibliothécaire), la dernière année où on pouvait le passer, après c'est devenu un DUT je crois en 1 ou 2 ans. C'était en 1992. Avant j'avais fait des études universitaires. J'ai eu mon bac en 1986. Je ne savais pas quoi faire. Du coup, j'ai fait plein de choses parce que, ce dont j'étais sûre, c'est que j'étais curieuse de tout. Du coup, j'ai fait Hypocagne qui m'a donné des bases sur l'organisation. Ça donne surtout des règles de méthodologie. Mais ce n'était pas mon truc. C'était juste parce que je ne voulais pas devenir prof. J'ai des parents profs et toute ma famille est prof dans la génération au-dessus donc je savais que je ne voulais pas faire comme eux. J'ai fait une licence de lettres, un DEUG d'Histoire de l'Art et un DEUG de philo. J'ai fait un bac A2 donc avec que des langues, de la littérature et de la philo. La physique, la chimie, c'est un truc absolument incroyable, j'étais capable de dire quel train allait plus vite que l'autre. Ça, ça ne me pose aucun souci, avec les chiffres. Mais ça m'intéresse quand même. Du coup, j'ai trouvé que la bibliothèque, c'était le lieu idéal pour gérer cette curiosité et apporter aux publics, qui sont multiples, une approche de la culture. J'ai plutôt la notion de bibliothèque culture que bibliothèque loisir. Après j'ai fait mon CAFB. Après j'ai fait mon premier concours d'assistant qualifié en 1993. Ce concours demandait d'être qualifié sur un travail particulier, comme le catalogage, l'indexation. Mon petit plaisir c'est l'indexation et les mots-matière. Ça m'intéresse parce que c'est une structure de pensée. Quand on va dans une bibliothèque n'importe où dans le monde, logiquement, un même livre se retrouve à un même endroit. Après il peut y avoir des changements de mot-matières parce que les bibliothèques font des choix différents. Ça, c'est mon parcours.

Et depuis 25 ans, je suis assistante qualifiée avec tous les échelons possibles. Je travaille depuis 17 ans à Bagnole pour plein de raisons. La raison politique c'était que c'était une ville communiste et que les communistes sont les seuls à avoir une vraie politique culturelle dans les médiathèques à mon avis. Après, s'est dégagé un poste sur la vidéo. Quand je suis

arrivée, j'étais sur les documentaires et les livres. Il n'y avait pas encore de vidéothèque. Je suis arrivée en 2000 et on a créé la médiathèque en 2002 et donc là il y avait des vidéos donc il fallait créer un fonds. J'étais sur cette mission-là. Avant, c'était une vieille bibliothèque qui datait de 1964 où il y avait déjà des 35 tours par exemple. C'est pour ça que je dis que dans les villes communistes, il y a une vraie culture des bibliothèques.

En plus des webdocs avez-vous une autre forme de vidéo en ligne gratuite ?

Non.

Mais depuis décembre, on a pris la plateforme VOD Les Yeux Doc pour plein de raisons. Parce quand on regarde Médiathèque Numérique faite par Arte, il faut avoir des budgets absolument hallucinants et nous, on est plutôt en restriction de budget. Même si le fonds est intéressant, ça ne suffit pas à prendre cette option-là. La VOD par CVS, c'est ultra bas de gamme. Notre fournisseur de DVD, c'est l'ADAV mais chez Adavision, le fonds est bien mais n'est pas suffisant non plus et il demande aussi d'avoir beaucoup de moyens, que nous n'avons pas puisque nous avons quand même fait le choix d'avoir des DVD et que du coup en ayant des DVD, on ne peut pas se dire qu'on va faire que de la VOD. Il y a certaines villes qui ne font que de la VOD comme Les Lilas, qui est juste à côté. Mais en même temps ils ont de la VOD depuis 4 ans. Nous, on a 15 ans de médiathèque donc la VOD à ce moment-là n'existait pas.

Donc vous n'envisagez pas de prendre une offre VOD ?

Une offre classique, non. Les Yeux Doc est géré par la BPI. C'est fait par des collègues vidéothécaires. J'ai moi-même participé à un moment aux commissions de sélection à Images en Bibliothèques puisqu'en fait, cette association a une commission de sélection de films et il y a un contrat pour que les films sélectionnés soient pris soit par la BPI soit par Images de la Culture au CNC soit avec l'ADAV. Du coup, on est sûr d'avoir un fonds de qualité qui a été sélectionné par nos collègues vidéothécaires. Depuis les Yeux Doc aucun film ne serait en DVD et tout passera par cette plateforme. En terme de budget, il est extrêmement compatible avec les médiathèques car, la première année, on paie la mise en service de 400€ et après, on choisit le nombre de visionnages que l'on veut faire par an mais c'est sujet au nombre d'utilisateurs qu'on a dans la médiathèque. C'est un prix tout à fait abordable. La

première année pour nous, c'est 800€. L'année prochaine, ce sera 400€. Et avec ces film-là, on a les droits de projection publique alors qu'avec les autres formes de VOD, c'est ultra cher. C'est que des avantages. C'est encore en train de se mettre en place. Du coup, des notices apparaissent un peu bizarrement sur mon catalogue donc je n'ai pas pu encore les mettre dessus. Il y a encore des petits loupés informatiquement mais qui s'arrangent au fur et à mesure des mois qui passent. Il y a 191 films actuellement visibles sur la plateforme VOD. Par exemple, un film comme *Le Sociologue et l'ourson* arrive bientôt sur les Yeux Doc. Donc si on veut montrer un film grand public qui a eu une bonne critique en salle, on a pas besoin d'acheter des droits de projection publique. À mon avis, c'est la meilleure formule de VOD. J'ai entendu que le CNC, pour Images de la Culture, est en train de réfléchir à une plateforme VOD. Si ça se faisait, cette collection entrerait aussi dans ce qu'on veut mettre en valeur. Tënk, qui est une plateforme faite par les collègues de Lussas, propose 70 films tous les 2 mois avec un abonnement public très peu cher. Pour la fin de l'année, ils voudraient mettre en place une offre pour les institutions. Ça rentrerait très bien dans notre charte documentaire. Mais pour le moment, ce sont des choses qui sont en train de se faire. On ne sait pas trop comment ça se fera.

Quels sont vos critères de sélection pour le webdocumentaire ?

On a un site Internet sur lequel on peut mettre des articles multiples et variés. Quand on a commencé à réfléchir à mettre nos fonds en lumière, les webdocs, à partir du moment où c'était une manière autre d'écrire le doc, ça nous intéressait. C'est comme ça qu'on est venu à faire cette proposition. On s'est beaucoup basé sur ce que l'on voyait en ligne. Images en Bibliothèques, depuis quelques années, faisait des proposition au moment du Mois du Film Doc, en novembre. Cette année, elle ne le fait pas. Je ne sais pas si c'est parce que ça s'essouffle ou parce qu'ils sont submergés. Et ils le faisaient en lien avec la Gaieté Lyrique puisqu'il y avait toujours une soirée webdoc là-bas. C'est comme ça que l'idée nous est venue de montrer des webdocs. À un moment dans l'année, on se pose avec une collègue en se disant « voilà, cette année on va travailler sur tel thème » et comment on peut le décliner mensuellement et est-ce qu'il y a des webdocs qui correspondent à ce sujet. On a un fil rouge tous les ans mais ça dépend aussi de l'actualité. Ce mois-ci, on a mis en avant le *Tour d'Europe des Cinémas* qui est fait par deux étudiants de la Fémis qui ont été dans plusieurs

pays regarder comment se faisait les cinémas 3ème lieu, comme on parle des bibliothèques 3ème lieu. On a mis ça en avant parce que c'est la fête du cinéma se week-end. Donc on essaie de coller à l'actualité aussi bien nationale que locale. La difficulté, c'est que les webdocs sont en train de s'épuiser, un petit peu comme les CD-roms qui ont eu leur heure de gloire mais maintenant, c'est un petit peu plus compliqué. On a toujours le problème de la veille documentaire qui fait qu'on repère un webdoc et puis quand on veut le mettre sur notre site, la page a disparu. C'est le problème d'Internet qui fait que l'on est toujours obligé de vérifier que tout fonctionne bien.

Du coup, vous contrôlez régulièrement les liens des vidéos ?

Non, on a pas le temps de vérifier que le lien qu'on avait mis il y a 1 ou 2 ans est toujours valable. En terme de temps de travail, ce n'est pas possible. En fait, on se dit que c'est au cours des mois qui suivent que le document peut être regardé mais au bout de 2 ans, on est pas bien sûr que ce sera vu. On n'a pas de statistiques qui nous permettent de savoir si ces documents sont encore consultés. On a dans le nuage de tags, un mot qui est « webdocumentaire ».

Dans votre critère de sélection, l'interactivité est-elle importante ?

Pas toujours. Logiquement, le webdoc on peut le regarder de différentes manière sinon c'est un film. Il y a des films qu'on n'a pas forcément mis en valeur parce qu'on les trouvait linéaire ou parce qu'il n'y a pas grand-chose à faire, d'autres qu'on trouvait plus amusant parce que c'était du webdoc avec du jeu. Là ça nous paraît plus intéressant.

Avez-vous des œuvres cross-média et trans-média dans vos collections ?

C'est ce que j'appelle le multi-supports. Il n'y a pas longtemps, j'ai fait un article qui s'appelle *L'affaire du sous-marin rouge de Brest en 1937* pour une raison très simple. Il se trouve qu'avec ma collègue, on a acheté un film doc qui est sur l'histoire d'un sous-marin qui, en 37, en pleine guerre d'Espagne, se retrouve dans le port de Brest. On s'est rendues compte qu'il y avait une BD qui était associée à ce film doc. Donc on a demandé à nos collègues qui travaillent sur la littérature s'ils voulaient bien acheter la BD. Et on s'est rendues compte qu'il

y avait une websérie qui s'appelle *Brest 1937* et qui est sur le processus de création de ce roman graphique. Du coup, moi, ça m'a intéressée car si je suis curieuse, je suis curieuse de tous les supports pour pouvoir faire des liens, montrer qu'on avait des choses qui se répondaient même si elles n'ont pas le même titre.

Sur l'article de cette websérie, vous avez donc mis un lien du catalogue qui ramène sur le film doc et la BD ?

En fait, j'ai fait un article tout court qui dit que l'histoire que raconte le documentaire commence là où s'arrête la BD, que ce film s'inscrit dans un projet transmédia et que le film est également disponible. J'ai mis le lien sur la websérie.

Les webdocs sont-ils signalés dans le catalogue ?

Non, ils ne sont pas signalés parce que ça a un côté éphémère et si le lien est mort, c'est gênant. Ensuite on a pas encore un portail SIGB qui nous permettrait, quand on a une notice, de mettre un lien avec l'assurance que, quand on clique sur la zone 956, qu'on arrive sur Internet. Parce que les gens quand ils sont sur les OPAC, sur les ordinateurs de la médiathèque, ils ne peuvent pas sortir de l'OPAC. Car ces postes sont juste fait pour la recherche. Sinon ils bloquent l'ordinateur s'ils s'installent là. En plus, il n'y a pas de casque. S'ils sont chez eux, ils peuvent toujours aller sur le lien et regarder le film. Notre SIGB n'est pas encore complètement compatibles avec tous les supports. On ne sait pas trop ce qu'on peut faire mais c'est en réflexion. Ça pose des questions autres que juste faire une notice avec des mot-matières.

En plus du site Internet, proposez-vous une autre forme de médiation numérique ?

Un mercredi sur 2, à l'heure des repas, je fais un atelier et il m'arrive de parler des Yeux Doc mais on a jamais fait une présentation complète au public. Il y a juste une information sur notre site. En janvier, dans le cadre d'un travail sur la BD, j'avais fait un article sur tout ce qu'on pouvait trouver sur les Yeux Doc concernant les illustrateurs. Mais c'est aussi un sujet de réflexion pour savoir comment mieux mettre en valeur notre fonds virtuel des Yeux Doc

pour qu'il soit un peu plus utilisé.

Et par rapport au webdoc ?

L'année dernière, on a fait, dans le cadre de la Journée de la Femme, une présentation en faisant venir la créatrice et réalisatrice du webdoc *Les Dessous de la fabrique*. C'est consacré aux militantes de l'usine de lingerie Chantelle. Parce qu'en fait, l'année dernière, on travaillait sur les femmes au travail et les femmes en lutte. Du coup, on mettait en présentation ce webdoc au mois de janvier pour préparer la projection-rencontre qui avait lieu le 5 mars, pas loin du 8 mars. Elle est venue nous montrer comment on naviguait dans son film.

Elle a proposé un parcours de lecture ?

Oui.

Par rapport à cette rencontre, quels en étaient les objectifs ?

C'était pour rester dans le thème, pour montrer un webdoc, pour s'inscrire dans la Journée Internationale des Droits des Femmes. Au mois de mars-avril, sur le territoire de Seine-Saint-Denis, il y a une manifestation qui s'appelle Hors Limites et qui travaille sur les nouvelles écritures littéraires et du coup, on avait biaisé le truc en disant que c'était une nouvelle écriture sur le web. On essaie de faire connaître ça.

Est-ce que vous positionnez les webdocs comme faisant partie de la collection ?

Non. Parce qu'on ne peut pas les mettre au catalogue et puis on est pas sûr que le lien tienne des lustres. Donc il faudrait avoir une veille documentaire incroyable pour qu'à chaque fois, on se rende compte que le webdoc ne fonctionne plus et qu'on le sorte également de notre catalogue. Ça pourrait très bien être fait de façon collective pas forcément par la médiathèque de Bagnolet, par un organisme qui prendrait en charge où chacun ferait de la veille, vérifierait et ferait passer l'info que tel webdoc ne fonctionne plus. Du coup, toutes les

médiathèques qui le veulent, recevraient l'information et pourrait le supprimer. Là, c'est trop compliqué. On ne peut pas le faire.

Par rapport à la collection numérique, est-ce que vous considérez le webdoc comme un complément, un double, un produit d'appel ?

Jamais un produit d'appel, c'est un mot interdit dans mon vocabulaire. Les films ne sont jamais un produit d'appel pour faire venir les gens. Un double non, car c'est rarement un document qu'on trouve sur d'autres supports. Il y a quelques exemples. Si on prend un des premiers webdocs qui a existé sur Internet et qui s'appelle *Gaza Sderot* est devenu après un film documentaire. On est pas dans le même film car sur le DVD, on ne peut pas passer du côté palestinien puis israélien dans la même journée comme on pouvait le faire dans le webdoc. C'est linéaire. C'est des cas rares et de toute façon, ça ne donne pas le même film à la fin. On pourrait se dire que la VOD et le film physique pourrait être des doublons, mais en même temps ce ne sont pas les mêmes publics qui sont visés.

C'est un complément. D'autant plus quand on arrive à montrer des supports différents. Je trouve ça trop bien quand j'arrive à faire ça. Parce que ça veut dire que c'est un travail en équipe, que je n'ai pas juste travaillé toute seule. Automatiquement, j'ai des collègues qui sont sur d'autres supports avec qui on peut parler, avec qui on a des liens. Ça aussi, c'est important.

Est-ce que les critères de sélection des webdocs sont inscrits dans la politique documentaire de l'établissement ?

Il n'y a pas de politique documentaire ou de charte d'acquisition très clairement indiquée. Mais comme on revendique tous les supports et toutes les formes d'écriture, les nouvelles formes d'écriture qui sont sur le web sont aussi importantes. Donc ça n'est pas forcément écrit noir sur blanc car le document date de quelques années quand le webdoc n'existait pas mais c'est intrinsèque.

Par rapport à la formation des usagers, est-ce que vous proposez des ateliers en lien avec le webdoc ?

Non, pour des questions simples. D'abord, on a beau avoir envie de faire plein de choses, on a des ordinateurs et une connexion Internet pourris. À un moment, on faisait des ateliers numériques. Mes collègues préparaient des liens. Le jour d'avant, on testait, ça fonctionnait très bien puis le jour J, ça ne marchait pas. Ça démotive les collègues et le public. Les moyens techniques n'étant pas super au top, ça complique.

Mais quand ils s'inscrivent, on leur propose toutes nos ressources numériques en ligne puisqu'on a les webdocs, la VOD, l'apprentissage de la langue anglaise. Systématiquement, ça fait partie du parcours de l'inscription. Quand des gens sont intéressés par un film, automatiquement je leur montre comment on navigue sur la VOD. Après il y a les problèmes de moyens humains. On est à moins de 6 personnes donc automatiquement, il y a des choses qu'on ne fait pas car on n'a pas le temps.

Donc vous êtes seule à vous occuper du webdoc ?

J'ai une collègue qui, dans le département documentaire, est chargée du numérique dans la médiathèque. Pour les webdocs, on les cherche ensemble, on les valide ensemble et on valide ensemble nos articles.

Avez-vous du développer de nouvelles compétences informatiques ou techniques pour vous occuper des webdocs ?

Non. Je ne suis pas une as de l'informatique mais je bidouille. Je regarde si ça fonctionne. Ça demande un esprit critique, un esprit curieux. Il faut aller vérifier s'ils existent, aller regarder sur le site d'Images en Bibliothèques, d'Arte... en lisant les journaux ou en écoutant la radio, on peut tomber sur un webdoc et on va aller voir comment il est fait. Après, c'est la partie critique. On regarde la forme et le fonds.

Du coup, vous avez une veille pour repérer les webdocs ?

La veille se fait beaucoup sur des livres, des revues, des sites.

Vous m'avez parlé d'Images en Bibliothèques. Avez-vous participé à une de leur formation sur la vidéo en ligne gratuite, comme la journée professionnelle sur le webdoc en médiathèque qui a eu lieu en 2015 ?

Oui, j'y étais. Je participe à chaque fois aux journées d'étude qui sont à la BnF. Ils nous ont montré des films. Ils ont abordé les questions de droits de projection pour les webdocs. Pour faire une projection publique, c'est très compliqué. Il faut demander à la production et ça peut coûter de l'argent. Et puis y'a l'histoire des budgets qui suivent ou qui ne suivent pas. Quand on avait montré *Les Dessous de la fabrique*, tout était légal car c'était comme une projection publique. Cette journée montrait que c'était bien compliqué.

En plus avec les liens... C'est-à-dire qu'il faut que tout soit bouclé en juillet mais toi tu fais ta projection en décembre et tu n'as absolument aucune certitude que ton film sera encore visible. C'est pour ça que pour la rencontre-projection, la réalisatrice était venue avec sa clef USB et du coup, elle pouvait naviguer. On avait tout payé pour pouvoir le faire.

J'ai vu qu'il y avait une chaîne youtube de la médiathèque de Bagnolet. Quels contenus y a-t-il dessus ?

Je ne sais pas bien grand-chose. Je pense que ce sont des films qui sont fait dans le cadre interne pour présenter des manifestations, des collègues vont se filmer en train de faire des lectures de ce qui sera présenter au moment des manifestations. C'est un truc en interne mais en allant à une journée de formation à la BnF, je me suis rendue compte que tous les films que l'on créé nous-même devrait être mis au dépôt légal à l'INA. Mais personne ne le fait.

Par rapport à l'utilisation de Youtube, y a-t-il eu des questionnements dans l'équipe ou au niveau de la tutelle ?

Non, aucun. Je pense que quand mes collègues ou moi-même, on met une bande-annonce et qu'on la prend de YouTube, on se dit que c'est un peu libre d'accès, de droit. Il y a certains films que je voulais mettre en présentation pour une prochaine sélection de films qui s'appelle « Un petit plongeon, ça vous dit ? » et pour certains films, ils n'étaient pas libres

d'être mis en ligne sur une page car il fallait demander les droits au réalisateur, ce que je comprends. Je donne juste l'information sur le fait que ça existe mais je n'ai pas été négociée les droits parce que ça demande du temps et qu'on ne l'a pas.

Je vous posais plus cette question par rapport aux youtubers qui ont accusé YouTube de censure, fin 2016, car leur vidéo avait été démonétisées.

Ça, je ne sais pas. En même temps, je dirais que ce que l'on prend sur YouTube ce sera des bouts de chanson pour mes collègues en musique et pour nous, des bande-annonces. Je ne peux pas dire que sur YouTube, il y ait des choses absolument extraordinaires...

Comment faites-vous pour vérifier les droits d'auteur d'une vidéo YouTube ?

Je ne le fais pas. Si c'est sur YouTube et qu'il n'y a pas une restriction qui dise « demander à l'auteur », s'il y a le clic pour le partage, je prends l'iframe. Je pense que ce n'est pas forcément légal. Il y a peut-être plus de choses à faire mais on ne fait pas.

Sur les postes informatiques que la médiathèque met à disposition du public, il y a-t-il un bloqueur de publicités ou de mouchards ?

Je n'en ai pas la moindre idée.

J'avais une question sur les ateliers informatiques mais si j'ai bien compris, vous n'en faites plus.

Oui, on n'en fait plus.

2. Entretien avec Nihaya Serhan de la médiathèque Blaise-Cendrars de Conflans-Sainte-Honorine

Pourriez-vous vous présenter en quelques mots, ainsi que votre parcours universitaire et professionnel ?

J'ai une maîtrise de Lettres Modernes de Toulouse. J'ai aussi un DEUG de droit, à Bordeaux. J'ai fait le CAFB, à Bordeaux aussi. Ensuite j'ai travaillé un peu à Bègles, puis j'ai trouvé un boulot à Conflans-Sainte-Honorine et j'y suis depuis 26 ans. La bibliothèque a beaucoup changé depuis mon arrivée donc je vois du pays sans bouger de mon poste. Je suis très attachée à cette bibliothèque parce que je l'ai vue grandir, je l'ai vue se transformer. Je l'ai vu grandir parce que forcément, on a une offre documentaire beaucoup plus diversifiée que nous ne l'avions auparavant. La bibliothèque a été créée en 1989. Elle a été la première bibliothèque informatisée d'Île-De-France. C'était sous Michel Rocart. Je suis arrivée en 1991. On avait que des livres, des magazines et des CD musicaux. Maintenant, on a des DVD documentaires qui sont un vrai fonds à part entière. On a des DVD de fiction, des livres audio qui marchent très très bien. On a une offre en ligne qui ne marche pas très bien puisqu'on a aucun retour. Comme toutes les bibliothèques, on a Toutapprendre et Vodeclic. On a du multimédia, des jeux vidéo... On a une offre plutôt complète mais on offre pas encore de livres numériques parce c'est un investissement et c'est très complexe.

Quels sont vos critères de sélection pour les webdocumentaires ?

Il n'y en a pas. Je les regarde. On est une bibliothèque donc on doit présenter tous les thèmes possibles. Le seul critère c'est la qualité. Mais ceux que je vais chercher sont tous d'assez bonne qualité je trouve.

Avez-vous des œuvres cross-média ou trans-média ?

Non, je ne crois pas. On a un livre, il y a eu un webdoc et un DVD doc qui a été fait dessus.

Quel traitement documentaire appliquez-vous aux webdocs ?

Il suffit de créer sur le SIGB une grille de catalogage spéciale webdocumentaire. Il faut mettre en type de document « webdocumentaire » et ensuite vous choisissez les champs

que vous souhaitez remplir ou ne pas remplir. Vous faites une grille de catalogage à la carte. C'est tellement simple qu'on y pense pas.

J'ai créé une grille de catalogage il y a 4 ou 5 ans. Je l'ai réduite au minimum : le titre, les réalisateur, l'année, le résumé et le lien URL. C'est tout.

Faites-vous une indexation ?

Bien sûr, c'était le but. Pour que les gens qui cherchent quelque chose sur la radio par exemple, trouve quelque chose en livre et en webdoc. Le but était de retrouver le webdoc. Par exemple, quand on cherche quelque chose sur les mafias en Amérique du Sud, sur les gangs, on trouve *Alma, une enfant de la violence*.

Du coup, pour vous, ces webdocs sont comme un double de la collection physique ou un complément ?

Un complément. Par exemple, pourquoi on cataloguerait et indexerait un livre, un DVD documentaire et pourquoi on indexerait pas un webdocumentaire ? Alors certes, ce n'est pas un document physique qui appartient à la bibliothèque mais il existe, il est libre de droit... Autant le faire connaître.

Je suis sur ma grille là. J'ai gardé les titres et les mentions de responsabilité. L'importance matérielle, il n'y en a pas vraiment car un webdoc, on ne sait jamais combien ça dure exactement. Vous pouvez y aller pendant 5 minutes mais ça peut aussi durer 1 heure, 2 heures... Je n'ai pas mis la durée non plus. J'ai mis la langue, l'indice. J'ai gardé les matières et le lien externe donc l'URL. Ensuite je passe au pavé exemplaire, je crée un code barre fictif. Je n'ai pas été chercher loin, j'ai mis 1, 2, 3, 4, 5, 6... et du coup, ça me permet de savoir combien de webdoc j'ai. Il y a quelques temps, j'avais 108 webdocs et j'ai fait un gros travail de désherbage il n'y a pas très longtemps. On est descendu entre 50 et 60.

Parce que vous considérez que certains ne sont plus pertinents ?

Non, c'est parce que le lien ne fonctionne plus. Ils ont été retirés et on ne les retrouve pas. Ils n'existent plus. C'est dommage, il y a en avait des très très chouette.

Je termine l'exemplaire. Je lui mets un code barre physique pour le voir s'afficher dans notre portail. Sans exemplaire, il ne s'affiche pas. Je mets une date de mise à l'inventaire pour qu'il

apparaisse comme une nouveauté sur le catalogue et qu'il soit donc dans la liste des nouveautés sur la page d'accueil. Ça dépend des SIGB. Après je le mets dans le secteur Sciences & Arts parce que c'est plutôt des documentaires et pas de la littérature. Donc on le lie à un code barre, à une date d'équipement et à un secteur comme si c'était un document physique. Le plus important, c'est qu'il apparaisse dans les nouveautés sinon il est perdu dans la masse.

Comment faites-vous pour voir si les liens sont toujours valides ?

Je fais ma recherche documentaire, je sélectionne webdoc et je clique sur chacun, sur chaque notice, un par un et je vérifie si l'adresse est encore valide ou pas. Tout simplement. Quand c'est valide, je le garde et je passe au suivant. Quand ce n'est pas valide, je supprime la notice du catalogue.

Est-ce que vous proposez une médiation autour de ces webdocs ?

Oui. On a reçu un stagiaire, en 2013, de deuxième année de DUT. Je l'ai fait travailler sur le webdoc parce que c'est une ressource que je connaissais et je trouvais intéressant de développer ça. Il a travaillé pendant 2 mois sur le webdoc et il nous a fait un truc pas mal sur notre site. C'est lui qui a fait la page dédié au webdoc sur notre portail. J'ai supervisé ce qu'il avait fait. Vous voyez le lien « Cliquez ici pour retrouvez tous les titres disponibles » ? Là vous avez tous nos titres. Je crois qu'il y en a 58.

Cette année-là, nous avons fait le Mois du Film Documentaire, spécial webdoc avec Images en Bibliothèques. On a invité Céline Dréan, la réalisatrice de *Dans les murs de la casbah*, un webdocumentaire très chouette. Et on avait invité Nicolas Bole qui est le pape du webdoc en France. Donc c'était deux personnes très intéressantes qui sont venues faire le Mois du Doc sur le webdoc. Nicolas était là pour présenter le webdoc et Céline pour montrer un exemple. Ça n'a absolument pas marché. On a eu moins de 10 personnes et encore parmi les 10, je me compte ainsi que d'autres collègues.

Puis quand j'inscris les gens à l'accueil, je leur montre nos ressources et je leur dit : « Vous savez, vous pouvez aussi aller voir nos webdocs ». Mais je n'ai aucun retour. On a quand même fait, au moment du lancement de ce webdoc, j'en avais catalogué plein à l'époque, un

marque-page qui disait en gros : « la médiathèque vous offre un nouveau service. Vous pouvez consulter des webdocumentaires à partir du site de la médiathèque ». On a aucun retour. On ne sait pas du tout si les gens ont aimé ou pas aimé. Il faudrait que je demande au service informatique de la ville de nous dire le nombre de clics, de visites qu'il y a eu sur les webdocs mais ils sont en sous-effectif. C'est tellement difficile pour eux déjà de palier le quotidien ; on ne va pas les embêter pour leur demander des stats. Mais on a pas les moyens de vérifier par nous-même. C'est eux qui gèrent ça. Donc je suis en train de me demander si je ne vais pas laisser tomber le webdoc parce que, dans mon pôle, on est passé de 5 personnes à temps plein, à 2 personnes à temps plein. En 3 ans, on a perdu 3 personnes. Je suis responsable des documentaires, aussi bien livres que DVD. Le webdoc, il n'y a que moi qui m'en occupe. Je suis responsable de la littérature également et j'ai repris la compétence cinéma parce que mon collègue, parti en retraite, n'a pas été remplacé. C'est beaucoup, beaucoup de travail et je n'ai aucun retour sur le webdoc. Est-ce que c'est consulté ? Je trouve que ce n'est pas mis assez en avant sur notre site. Ou alors dans les nouveautés documentaires, vous avez un webdoc que j'ai catalogué il y a longtemps, il y a 1 mois de ça et il est encore en nouveauté. Ce qui peut inciter les gens à aller voir, c'est la curiosité. À partir de la recherche, on peut trouver les webdocs.

Du coup, vous n'avez pas renouvelé la rencontre ?

Non, je n'ai pas renouvelé : l'année d'après, on a fait Wiseman. C'est très très décevant le webdocumentaire. J'ai l'impression que c'est vraiment une bouteille à la mer qu'on jette. Je ne sais pas si elle va arriver ou pas, si quelqu'un va la trouver. Comme on a de moins en moins de personnes, il faut vraiment se concentrer sur les actions qui marchent. Je pense que je vais laisser tomber. Je suis un peu démoralisée. Alors je suis d'autant plus démoralisée que la BPI m'a demandé d'intervenir demain dans leurs bureaux pour leur montrer comment je faisais pour cataloguer les webdocs. Au moment où j'envisage de laisser tomber le webdoc, ils me demandent comment faire car eux aimeraient le développer. Mais le problème, c'est qu'il y a de moins en moins de webdocs qui sont faits. J'ai du mal à trouver des webdocs. Il y a en avait beaucoup il y a quelques années et là, il y en a de moins en moins. Les sites sur lesquels j'allais, par exemple lemonde.fr, ils étaient assez actifs. Puis depuis quelques années, il n'y a plus rien. Les seuls articles que je trouve datent

de 2 ou 3 ans. La production a beaucoup baissé. Maintenant, les seuls qui sont intéressants, c'est France Télévision et Arte. Ils font des webséries. Mais les liens ne restent pas très longtemps. Et puis on en désherbe pas mal. Donc l'offre est beaucoup moins intéressante qu'elle ne l'a été. C'est surtout des webséries, qui sont super intéressantes, mais j'ai du mal à les cataloguer parce qu'on perd le lien très vite.

J'avais une dernière question par rapport à la médiation. Quels en étaient les objectifs ? Est-ce que par exemple, c'était faire connaître le webdoc, faire du lien avec la collection, proposer des ressources numériques gratuites...

C'était d'abord faire connaître le webdoc car c'est toujours intéressant de développer les points de vue et je trouve que les webdocs abordent certaines questions d'une manière vraiment intéressante et originale. Par exemple, les serious game. Il y en avait un très très intéressant sur Areva et bien, je l'ai perdu, alors que c'était super. Je trouvais que c'était un très bon jeu. Je l'ai catalogué comme webdoc mais c'est aussi un serious game, la frontière est très ténue. A Images en Bibliothèques, ils en parlent comme d'un serious game mais aussi comme une webdoc. Je l'ai découvert lors d'une journée d'étude chez eux. Il y a des choses vraiment très intéressantes. Je trouve que c'est une manière d'aborder des questions sociétales d'une manière un peu plus ludique que de lire un livre sur Areva, l'Inde etc. Et il y avait un serious game. Vous êtes dir com dans une entreprise et vous devez gérer une situation de crise et vous prenez une décision. Et selon la décision que vous prenez, vous arrivez forcément dans une situation différente. *Jeu d'Influences*. Ça c'est super intéressant donc je l'ai classé en management.

Du coup, vous avez une liste de mot-matières pour l'indexation et à chaque fois, vous piochez dedans ?

Je les invente. J'en crée de nouveaux car la bibliothéconomie est tellement étriquée, il faut qu'on invente. Je me souviens que j'avais voulu cataloguer un livre sur les varices et le seul mot qu'on me proposait c'était « circulation - membres inférieurs ». Bon alors j'ai créé « varices ». C'est plus simple. On rajoute tous les jours de nouveaux mot-matières.

Donc l'idée c'était de faire découvrir un mode de réflexion différent et puis aussi d'ouvrir les possibilités de réponses à une recherche documentaire précise. On cherche quelque chose

sur un sujet, on peut avoir un livre, un DVD documentaire, un DVD de fiction et on peut aussi avoir un webdocumentaire sur la même thématique.

Est-ce que vous considérez le webdoc comme faisant partie de la collection ?

Oui, il fait partie de la collection puisqu'il est indexé mais non puisque nous n'avons pas payé de droit. Il ne nous appartient pas, on ne l'a pas acheté et c'est l'auteur ou le diffuseur qui décide de le désherber ou pas. On ne maîtrise pas la collection. Dans une collection physique, on décide ou pas de désherber, de mettre en réserve de donner à quelqu'un d'autre ou de pilonner tout simplement. Alors que dans le cadre du webdoc, on ne maîtrise pas la collection. On prend ce qu'il y a et quand l'oeuvre disparaît, on est obligée de la retirer du catalogue. Donc non, je ne considère pas qu'il fasse partie de notre catalogue.

Est-ce que le webdoc est inscrit dans la politique documentaire de l'établissement ?

Ça va être inscrit puisqu'on va réviser notre politique documentaire cette année et en 2018. C'est moi qui piloterait le groupe et bien sûr, je voudrais l'inscrire. Mais je ne sais pas si on continue ou pas à faire de la prospection. Ça prend du temps. On va rédiger notre politique documentaire. J'aurais souhaité ça il y a quelques mois. Mais je ne sais pas si on va maintenir cette offre.

Est-ce que vous proposez des formations aux usagers en rapport avec le webdoc ?

Non, on ne propose pas de formation. En revanche, lorsqu'on est à l'accueil et puis tout dépend des personnes qui sont à l'accueil, au moment des nouvelles inscriptions, je propose toujours aux personnes Toutapprendre et Vodeclic, on va sur Toutapprendre et on leur montre comment ça marche. Et moi, pour les webdocs, systématiquement, je leur présente le webdoc en leur disant : « vous voyez c'est une création sur internet. Allez voir, c'est très intéressant » et je clique sur un webdoc au hasard et je leur montre comment faire, je leur dit « C'est très simple ». En fait, c'est un peu complexe sur notre site d'accéder aux liens directement mais bon, au moins c'est un lien profond. Ça veut dire que quand on clique sur le lien, on arrive directement à l'oeuvre, on a pas besoin d'autres clics supplémentaires. Un

seul clic suffit. On arrive sur l'oeuvre et je pense que ça, c'est très intéressant.

Et les gens ont l'air intéressé quand vous leur expliquez ?

Vous savez, ils ont l'air intéressé parce qu'ils sont très polis. On leur propose toute l'offre disponible et il y en a qui nous disent « oui, oui, oui » puis après, « ils sont où les jeux vidéo ? ». Chacun ses centres d'intérêt mais nous, notre travail, c'est de leur montrer le bénéfice qu'ils peuvent tirer des ressources de la bibliothèque. Ça prend du temps. Certains jours, on a vraiment pas le temps mais les fois où j'ai le temps, j'ai à coeur de faire ça. J'ai des collègues qui ne montrent même pas Toutapprendre alors que l'expérience prouve qu'il faut montrer aux gens comment ça marche : « vous cliquez là, vous vous connectez comme ça » et c'est comme ça que les gens iront.

Par rapport à l'équipe, il y a d'autres personnes qui s'occupent du webdoc ou vous êtes la seule à travailler dessus ?

Non, je suis la seule. C'était vraiment un intérêt personnel. Mais j'ai la chance d'avoir une directrice qui soutient ce projet.

Est-ce que pour vous ça a induit de nouvelles compétences techniques ou informatiques ?

Non, c'est très simple vraiment. Même moi j'y arrive. C'est vraiment très très simple. J'ai fait moi-même ma grille de catalogage, je fais un copier/coller du lien. J'ai toujours deux pages ouvertes, la page de catalogage et la page du webdoc. C'est la seule technique exigée. Tout le monde peut le faire.

Vous m'avez parlé d'Images en Bibliothèques. Est-ce que vous faites des formations autour du webdoc ?

Je vais à leur formation sur le webdoc et la dernière fois, j'ai été étonnée que Marianne [Palesse] me demande d'intervenir à la BPI parce que je m'étais inscrite en tant qu'auditrice. Elle m'a demandé d'intervenir sur le webdoc parce que justement c'est assez singulier cette

idée de cataloguer des webdocs et de les intégrer au catalogue comme des documents. Je suis intervenue, ça a duré 15 minutes. C'était une table ronde sur les différentes façons d'utiliser le cinéma en bibliothèque. J'ai expliqué ce qu'on faisait et pour dire que c'était décevant car on ne savait pas si le travail qu'on faisait servait à quelque chose ou pas. Les professionnels étaient emballés. J'ai eu plein de questions, j'ai des gens qui sont venus me voir après mon intervention pour me demander s'ils pouvaient prendre contact avec moi. Demain, je vais à la BPI expliquer à l'équipe comment faire. Mais ça tombe au moment où moi-même, je m'interroge sur la pérennité d'un tel service. Là rien que le fait d'en parler, je me dis que c'est dommage d'avoir tout ce travail et de le laisser tomber. En fait, il faudrait plus de visibilité, qu'il y ait un bandeau défilant sur le site pour que les gens aient envie de cliquer dessus. Mais nos adhérents qui vont sur le site y vont pour regarder les nouveautés, les horaires d'ouverture, leur compte pour prolonger et c'est tout.

[Concernant les questions YouTube, c'est Catherine Benod qui s'en occupait. Nihaya Serhan m'a conseillé de la contacter de sa part. J'ai donc pris contact par mail. Voici ses réponses.]

La valorisation de contenus vidéo sur YouTube grâce au site Internet de la médiathèque a-t-elle soulevé des questionnements, dans l'équipe ou au niveau de la tutelle, suite à l'accusation de censure dont la plateforme a fait l'objet ? Pour rappel, fin 2016, YouTube a démonétisé certaines vidéos de youtubers car les thèmes abordés ne plaisaient pas aux annonceurs.

Il n'y a eu aucune réaction face à cette polémique, tout simplement parce que la majorité de l'équipe n'en a pas eu connaissance. Et je dois avouer que du côté des personnes en charge de cette valorisation, nous ne nous sommes pas posés la question.

Comment vérifiez-vous les droits d'auteur d'une vidéo Youtube ?

Par le filtre des licences dans les paramètres de recherche avancée de Google.

[Pour les questions sur les postes informatiques et les ateliers de formations numériques, Catherine Bedod m'a conseillé de contacter Elise Ybled, référente multimédia et

informatique à la médiathèque de Conflans-Sainte-Honorine.]

Sur les postes informatiques de la médiathèque, avez-vous installé un bloqueur de publicités (comme Adblock) et/ou un bloqueur de mouchards, pixels et balises (comme Ghostery) ?

Oui nous avons un bloqueur de publicités de type Adblock uniquement.

Lors d'atelier de formation numérique, encouragez-vous les usagers à utiliser ces types de bloqueur ?

Lors des ateliers, je sensibilise les usagers à la question de protection de la vie privée et leur présente des outils simples d'accès à leur disposition. Cependant, nous ne les installons pas ensemble.

3. Entretien avec Sarah Doucet de la médiathèque d'Orléans

Est-ce que vous pourriez présenter rapidement, en quelques mots, votre parcours professionnel, universitaire ?

Je travaille dans le réseau des bibliothèques d'Orléans depuis 1994. J'ai commencé à y travailler quand j'étais étudiante en fac de lettres. Et puis après ma Maitrise, j'ai continué à avoir des emplois en vacation dans le réseau des médiathèques d'Orléans. La médiathèque d'Orléans venait d'ouvrir donc la première BMVR, Bibliothèque Municipale à Vocation Régionale, un établissement assez important. Et puis on m'a proposé une titularisation que j'ai acceptée. Je suis partie travailler dans une annexe du réseau qui avait une discothèque. C'était une des premières discothèques de France qui a été créée en 1976 avec des vinyles etc. Et donc il y avait un fonds très important de vinyles et de disques. Et je suis partie retrouver cette équipe. J'ai travaillé dans cette annexe pendant 10 ans. Et lors des dernières années, il nous a été demandé de créer un fonds de DVD, fiction et un petit peu documentaire. Principalement documentaires musicaux, grand public on va dire. En sachant que, à côté, en 1994, la médiathèque principale a ouvert ses portes avec un fonds très important de fiction et de cinéma documentaire. Et donc on nous a demandé de créer ce fonds dans cette annexe, ça devait être en 2003, 2004 ou 2005. À ce moment-là, j'étais agent de conservation à la bibliothèque. J'ai aidé la responsable de l'unité à créer ce fonds et puis j'ai passé le concours d'assistant de conservation du patrimoine que j'ai eu et donc j'ai intégré la médiathèque du centre-ville suite à ce nouveau grade. Dans un premier temps, j'ai continué à travailler avec les collègues en musique donc à m'occuper des acquisitions musique et puis on m'a confié le fonds cinéma documentaire. Et puis la personne qui avait créé le fonds à la médiathèque est partie à la retraite il y a quelques années de ça maintenant et donc j'ai repris toutes les acquisitions maintenant pour tout le réseau des DVD, de tout ce qui est cinéma. Et donc pour ce qui est des offres numériques, j'ai des collègues qui sont chargés de ça dont un collègue proche qui est en musique aussi et qui est chargé des offres numériques musiques et cinéma donc on travaille en binôme et c'est entre nous que ça se passe pour voir un peu ce qu'on va proposer. Ça fait quelques années qu'on lui avait demandé de faire un état des lieux des offres cinéma et musique car la collectivité

voulait s'engager mais un peu de frilosité et puis surtout des retours des autres établissements qui nous faisaient hésiter et qui nous font encore hésiter. On y va doucement. C'est une réflexion qu'on mène depuis quelques années mais il a fallu un certains temps pour des questions de budget, pour des questions techniques tout simplement. Un débit pas suffisant donc on avait parfois des choses à proposer mais on savait que de toute façon ça ne fonctionnerait pas bien. Ça nous a pris pas mal de temps pour commencer à proposer nos premières offres.

Du coup, c'est vous deux qui avait eu l'idée de la sélection mensuelle des webdocs ?

Non, c'est moi. En fait, je suis assez impliquée dans pas mal de choses mais surtout dans ce qui concerne le cinéma documentaire et je connais bien toute l'équipe, pour avoir travaillé avec eux, d'Images en Bibliothèques. Puisque je fais partie de la commission du catalogue national, je participe au Mois du Film documentaire depuis longtemps, j'ai suivi pas mal de formations. Ce sont des personnes que j'ai rencontré souvent et puis en 2014, ils m'ont demandé si je souhaitais participer au jury du Mois du Webdocumentaire et j'avais entendu parler de cette forme mais je ne m'étais jamais vraiment penchée sur la question. J'ai essayé de faire ça évidemment très sérieusement. Je les ai tous regardés avec beaucoup d'attention. On a essayé de les noter. On a échangé avec les collègues. C'était une première pour tout le monde.

C'est vous qui vous occupez de la sélection et ensuite vous les proposez à vos collègues ou, au contraire, tout le monde peut venir avec ses idées et vous en discutez ensemble ?

Du tout, c'est moi qui sélectionne. Ça ne suscite pas un grand intérêt. Pas auprès des mes collègues et les usagers, je ne sais pas.

Vous n'avez pas eu de retour ?

Pas vraiment. Je sais juste que quand j'ai parfois des doutes quand je me dis que je vais arrêter, j'ai quelques collègues bienveillants qui me disent « Mais non ! ». C'est bien de continuer à en proposer mais ce n'est pas quelque chose qui met les foules en délire.

Comment choisissez-vous le webdocumentaire du mois ? Est-ce que vous avez des critères de sélection ?

Je les regarde. Cette année, je ne crois pas qu'il y est un Mois du Webdocumentaire, Images en Bibliothèques ne réitère pas. En fait, ça devient un peu difficile les webdocumentaires, il y en a un peu moins qu'à un moment. L'offre est un peu moins importante. Pour les tout premiers, je me suis inspirés de ceux que j'avais vu pour la sélection du premier Mois du Webdocumentaire. Ça me faisait déjà un petit vivier et puis après, je suis allée vers le Blog Documentaire de Nicolas Bole et Cédric Mal. Ce sont des sites auxquels je suis abonnée par intérêt professionnel pour le documentaire et le webdocumentaire. Eux c'est quelque chose qu'ils défendent. Ils ont même sorti un bouquin qui s'appelle *Le Webdoc existe-t-il ?*. Ils avaient organisé également avec la BPI le festival singulier/Pluriel. J'ai assisté à ces journées à la BPI pour essayer de voir des webdocs et puis après, grâce au Mois du Webdocumentaire, au Blog Documentaire, en allant régulièrement sur le site d'Arte, toutes les chaînes qui en produisent. Petit à petit, j'ai fait mes choix, j'en ai noté pas mal d'avance de ceux qui m'intéressaient. Suite à ce premier Mois du Webdoc, Images en Bibliothèques a organisé avec la BnF une journée professionnelle autour du webdoc. C'était en 2015. Images en Bibliothèques nous a demandé de faire un retour aux collègues qui étaient là et qui venaient assister à cette journée professionnelle, faire un retour sur notre expérience et présenter quelques webdocs. L'après-midi, il y a eu beaucoup d'échanges : j'ai découvert ce que faisait la médiathèque de Conflans-Sainte-Honorine. On a eu quasiment la même démarche au même moment à peu près. Donc je vais aussi voir régulièrement sur leur site. On va retomber très facilement sur les mêmes titres parce qu'il y a eu quelques titres très médiatisés, qui ont eu beaucoup d'effet comme *Alma, une enfant de la violence*. Il a été dans les premiers webdocs qui ont vraiment marqué comme *Dans les murs de la Casbah*. Ça a fait partie des premiers qui ont été un peu marquants. Donc durant cette journée en 2015, il y a eu pas mal d'échanges avec des professionnels. Ça nous a donné aussi pas mal d'idées et après cette expérience du Mois du Webdoc, Images en Bibliothèques avait proposé aux membres du jury de projeter ces documents dans leur établissement sur des postes dédiés et de les mettre en ligne également sur leur site. Quelques mois plus tard, est née cette idée de montrer un webdoc tout les mois. À ce moment-là, on avait une collègue qui était en

charge du site et des ressources numériques qui est partie un peu après donc il y a eu un moment de flottement. Mais elle m'a aidé à mettre ça en place, à faire un petit visuel. En avril 2015, on a mis le premier webdoc sur notre page d'accueil du site. Il y a un petit logo « Quest-ce qu'un webdoc ? ». Tous les mois, je le change. Les webdocs sont archivés. En dessous, on peut consulter. J'essaie de veiller régulièrement à retirer les liens qui ne fonctionnent plus. On ne paie pas de droits puisque moi j'envoie un lien sur Internet tout simplement, ce que fait l'établissement de Conflans-Sainte-Honorine. En revanche, quand on organise des projections publiques de webdocs, dans ce cas-là on s'acquitte de droits. On a pu inviter des réalisateurs aussi. Là, c'est encore une autre démarche.

J'ai vu qu'il y avait des webdocs interactifs. Du coup, pour choisir l'ordre de visionnement des séquences, vous avez demandé la participation du public ou c'est vous qui avez décidé ?

Non, parce que les projections publiques n'ont pas été dans ce cadre-là. En 2014, comme beaucoup d'établissements, on a travaillé sur la thématique de la Grande Guerre. Pour le Mois du Film Documentaire, j'ai invité Nicolas Bole et Cédric Mal. C'est Nicolas Bole qui est venu présenter une sélection de webdocs qui avait été faite autour de la guerre 14-18. Ça n'a pas attiré grand monde. Les gens qui sont venus sont plus venus pour la thématique et ont découvert cette forme. C'était chouette. Il avait fait une sélection d'oeuvres différentes. C'était très intéressant. Ce n'est pas connu du grand public le webdoc. C'est pour ça que, comme Conflans-Sainte-Honorine, on a mis sur le site, en quelques lignes, ce que c'était, interactif ou pas.

Cette année, on a invité deux réalisateurs pour la présentation d'un webdoc sur les frontières dans le cadre d'une manifestation organisée par la ville d'Orléans. Ils sont venus présenter lors webdoc. C'est eux qui ont choisi l'ordre du coup, qui ont fait le voyage au travers de leur œuvre. Les gens sont venus également je pense plus pour la thématique. Mais comme il y avait une rencontre avec les réalisateurs, c'était super enrichissant et ils ont pu découvrir cette forme d'écrire.

C'est sûr que c'est une plus-value car, le webdoc, ils peuvent le voir en ligne au final.

Tout à fait. Ce qui change la donne car un webdoc c'est plutôt à l'usage privé car on regarde

plutôt ça tout seul pour justement naviguer à son rythme dans l'oeuvre. Là, c'est une autre proposition et ça marche bien aussi, surtout quand les réalisateurs sont là car ils parlent vraiment de leur travail d'écriture et c'est ça le plus enrichissant.

J'aimerais reprendre l'idée de Conflans-Sainte-Honorine qui catalogue les webdocs qu'ils mettent en ligne sur le site. Ça, c'est super. J'aimerais bien qu'on puisse faire ça ici aussi car je pense que ça pourrait aider à la médiation. Par exemple, les films sur les gangs, ça plait beaucoup donc *Alma*, *Une enfant de la violence* et les films documentaires qui ont pas mal marqué qui sont bien empruntés en indexant à gang et bien sans doute que ça les aide à être vus.

J'avais justement une question sur le signalement : pourquoi ne pouvez-vous pas le faire ? À cause d'un problème technique au niveau du SIGB ou c'est un manque de temps ?

Techniquement, ce n'était vraiment pas le moment que je demande ça. On change complètement de système donc je ne vais certainement pas embêter mes collègues avec ça en ce moment. On change de SI pendant l'été donc j'attends un peu que tout se remette en place pour refaire une demande. J'aimerais bien que ça aboutisse.

Tout à l'heure, vous m'avez dit que vous vérifiez les liens de temps en temps. Vous faites ça manuellement ou vous avez un petit module sur votre ordinateur qui vous permet de faire ça ?

Pas du tout. Je vais sur la page d'accueil de la médiathèque, comme un usager lambda, et je re clique sur tous les liens. Je vois ceux qui fonctionnent ou pas et ceux qui ne fonctionnent plus, je vais voir mes collègues qui sont chargés de l'actualisation du site et je leur dit « Est-ce que tu peux me supprimer ce lien parce qu'il ne fonctionne plus ? »

J'ai vu qu'il y a beaucoup de lien qui amenaient soit sur le site internet du webdoc quand il y en avait un dédié soit sur une chaîne de télévision soit sur le site de l'INA... C'est une manière de vérifier le respect des droits d'auteur ?

Il y a très peu de webdocs sur YouTube.

C'est vrai qu'il y a plus de webséries documentaires.

Vous me posez une colle. Ceux que je recherchais n'étaient ni sur YouTube ni sur Dailymotion. Et en effet, il y a peut-être une question de droits. Et mon collègue me souffle « technique » aussi. Il s'appelle Karl Verdot. Il est chargé des offres musique et image. Il me dit que depuis YouTube, la navigation sur un webdoc n'est pas du tout évidente.

C'est sûr que si on parle de webdocs interactifs, ça pose un souci. Mais si par exemple, c'est une websérie documentaire comme *Confessions d'Histoire*, c'est plus adapté.

J'essaie de choisir des webdocs où il y a une interaction assez forte ou du moins qui soit ludique. Ça dépend des thématiques, ce n'est pas toujours ludique mais je ne veux pas que ce soit linéaire. J'aime bien quand on a à choisir, qu'on peut revenir en arrière, qu'il y ait des surprises, des choses assez inattendues dans la narration.

Pour que ça puisse accrocher l'internaute ?

Oui. Je ne sais pas si vous aviez vu *Jeu d'Influences* ? Ça se passe dans une entreprise de bâtiment. Un événement se produit et il y a plusieurs scénarios possibles. Suite à un accident, l'entreprise est remise en cause parce qu'il y a eu une défaillance en amont. Est-ce qu'on décide de dire la vérité ou non ? C'est présenté un peu comme un dessin animé sauf qu'il y a des interactions de politologue, de sociologue... Là c'est un vrai jeu. C'est vraiment très chouette. J'aime bien ces choses là. Où bien il y avait *Are Vah !* On rentrait dans un lieu et quand on clique sur une porte, hop, on a des informations qui arrivent. J'essaie en tout cas de privilégier des formes un peu originales. Ce qui n'est pas toujours faciles.

Vous m'avez dit que le côté interactif pour vous c'est important. Est-ce que c'est la même chose pour le côté multimédia ? Est-ce que par exemple, vous choisissez des webdocs où il y a du texte, des photos et de la vidéos ?

Oui, j'aime bien.

Est-ce que c'est un critère de sélection du coup ?

Bien sûr. Un des premiers que j'avais choisi c'était *Pékin sans transition*. C'est à partir de photos. C'est vraiment une narration complètement différente. J'aime bien cette proposition. En fait je n'ai pas vraiment de critères de sélection. Il faut que ça me plaise en pensant que ça puisse plaire évidemment à un public que je ne connais pas. Parce que je ne sais absolument pas qui clique sur le site, qui va voir les webdocs. S'ils sont vus ou pas d'ailleurs. J'aimerais bien qu'on puisse avoir des statistiques d'ailleurs.

Parfois, je me censure un peu. Parce que n'importe qui peut aller sur le site des bibliothèques d'Orléans et cliquer sur ce lien donc j'essaie de choisir des choses peu choquantes dont le thème soit trop grave. Dans des périodes un peu mouvementées d'attentat ou autre, je vais essayer de mettre quelque chose d'un peu plus joyeux ou sur la musique par exemple. Sans avoir de critères fixes en fait, je croise malgré tout des paramètres. Je ne sais pas qui voit ce que je fais, même au sein de l'établissement pour être honnête. Je suis un peu livrée à moi-même donc j'essaie de respecter une charte que je me suis fixée.

Vous m'avez parlé d'une projection de deux réalisateurs sur le thème de la frontière. C'est quelque chose que vous faites régulièrement ou c'était juste ponctuel ?

Non ce n'est pas régulier. Je ne fais que des projections de cinéma documentaire. Pas de fiction du tout. Le webdoc pouvait s'inscrire dans ce rythme de programmation. J'en ai fait peu. Celui autour de la grande guerre lors du Mois du Film Documentaire en 2014 et cette année, *Portraits de Frontière*, le film de Tawan Arun et Joris Rühl. Mais sinon je n'ai pas eu d'autres occasions.

C'est parce qu'il y avait peu de monde ? Vous avez l'impression que vos usagers ne sont pas intéressés ?

Non, non, non. C'est que ça ne s'est pas présenté. Pour moi, c'est vraiment important de faire venir un intervenant. Je n'ai pas nécessairement les moyens en dehors du Mois du Film

Documentaire où j'ai un budget. On travaille souvent autour d'une thématique. Le reste de l'année, j'ai très peu de budget mais mes sélections je les fais grâce au catalogue national, grâce au fonds du CNC, Images de la Culture, et du coup, les webdocs, je ne le fais pas par manque de moyen. On m'avait proposé de faire ici un atelier découverte pour le public pour en présenter plusieurs aux usagers. On a toujours ce souci, même si ça va mieux, du débit. On est tributaire dans l'établissement du streaming et donc du débit, de la bande passante. J'ai tellement peur de mauvaises surprises. Ça va mieux depuis mais quand Nicolas Bole est venu présenter les films autour de la grande guerre, un samedi. Le matin, tout se passait bien quand il a installé et quand il a ouvert tous ses liens. Mais l'après-midi, il y a des films qu'on n'a pas pu voir. Devant le public, c'est un peu gênant.

Cette atelier découverte, c'est quelque chose que vous aimeriez mettre en place ?

Pourquoi pas, oui. D'avoir assisté à cette journée professionnelle, ça m'a redonné un peu goût à ça parce que j'avoue il y a un moment, j'étais un peu démotivée parce que très peu de retour de la part et de mes collègues, des usagers, je n'ai pas de statistiques. De plus, il me semble que la production de webdocs est un peu en baisse. Je trouve qu'il y a moins d'offres qu'avant. Et surtout, ce manque de retour qui a fait, qu'à un moment, je me suis dit : « À quoi bon? ». Autant pour les DVD, il y a des statistiques possibles. Je vois qu'il y a un fort taux de rotation. Là, aucune visibilité donc c'est difficile. Et à un moment, je me suis dit : « Est-ce que ça vaut vraiment le coup que je continue ? ». Et puis cette journée professionnelle m'a redonné du cœur à l'ouvrage et je me suis dit que c'est une offre qu'il faut continuer à défendre.

C'est dommage ce manque d'évaluation.

Mais je tiens à dire depuis le début que c'est vraiment grâce à Images en bibliothèques que les bibliothécaires ont été sensibilisés aussi à ce nouveau format documentaire. Ils ont fait un travail remarquable pour nous former, nous pousser à la découverte. C'est grâce à eux que j'ai choisi de faire tout ça.

Quel est le premier objectif qui vous a motivé pour vous intéresser aux webdocs ? Est-ce que

vous vouliez faire connaître ce type de format ou est-ce que c'était pour proposer des ressources numériques gratuites ?

Les deux ! Il y avait vraiment l'intérêt documentaire qui m'intéressait, l'écriture documentaire. Et donc le format par déduction. Au départ, c'était parce que c'était du documentaire que ça m'a attirée. C'était vraiment pour faire découvrir le fond et la forme, faire découvrir ce nouveau média.

Est-ce que ça vous a permis de faire un lien avec la collection physique ou pas du tout ?

Oui et non. C'est pour ça que j'aimerais les indexer. J'aimerais qu'ils soient apparents dans le catalogue parce que là, le lien on pourrait le faire bien plus facilement alors que là, il faut que je pense à dire aux gens « Sur ce sujet-là, vous pouvez regarder tels webdocs ». Personne ici dans la médiathèque ne sait ce que j'ai mis comme webdoc ce mois-ci, à part la collègue qui m'a aidée à le mettre en ligne sur le site. Ce mois-ci, c'est sur la conquête spatiale. Le lien avec les collections, il ne se fait pas vraiment, ce qui est dommage. Il faudrait trouver un moyen pour le faire.

Par rapport à ce constat, pouvez-vous me dire si la vidéo en ligne, à travers le webdocumentaire donc, fait partie de la collection ou vous envisagez ça plutôt à part ?

Encore une fois, si je l'intégrais au catalogue, je le sentirai comme quelque chose qui intègre vraiment la collection. Actuellement, je ne le pense pas comme ça, je n'arrive pas à le penser comme ça. Ça ne se fait pas naturellement.

Donc pour vous, c'est plus un produit d'appel au final ou c'est encore quelque chose à part ?

Une proposition, pas un produit d'appel. Mais c'est très difficile car vu que c'est un lien vers Internet, ce n'est pas si facile que ça de se l'approprier. Même si je choisis le sujet, j'ai du mal à le penser comme quelque chose de nos collections. Ce qui est peut-être un tort d'ailleurs. Si on l'intégrait à notre catalogue, je pense que ça permettrait de donner une autre visibilité.

Les critères de sélection de vos webdocs sont-ils inscrit dans la politique documentaire de l'établissement ou c'est quelque chose que vous avez fait ensuite ?

Je l'ai fait ensuite. Je n'avais jamais pensé à ça en fait. On a une charte bien sûr. Je pourrais très bien la plaquer consciemment dans mes choix. Pour ce choix spécifique de support, il n'y a pas eu de précision dans la charte.

J'ai vu que la médiathèque centrale avait une chaîne YouTube. Est-ce que c'est vous qui vous en occupez ?

Non, c'est mon collègue Karl Verdot dont je vous ai parlé tout à l'heure. Il est juste à côté de moi, je peux vous le passer parce que c'est très très intéressant comme projet. Je crois que c'est une première en France en plus ce qu'il a fait. Il va vous en parler mieux que moi. Ça concerne plus la musique.

Je n'ai pas compris si c'était des contenus créés par l'équipe de la médiathèque ou si c'était des contenus créés par les usagers.

Ni l'un ni l'autre. Les contenus sont des choses qu'il est allé rechercher sur le net.

[Sarah Doucet laisse la place à Karl Verdot]

Bonjour, vous vouliez des renseignements sur la chaîne YouTube. On a lancé une offre sur YouTube. On a créé une chaîne pour la médiathèque d'Orléans, pour le réseau des médiathèques. Ça, ce n'est pas une première parce que d'autres collègues l'ont déjà fait en France et ailleurs. Là où on est peut-être un petit peu innovant c'est qu'on s'est dit qu'on avait un fonds local qu'on défendait bec et ongles sur support mais que sur Internet, il y avait aussi une émanation de ce fonds local sur la forme de clips, de documentaire, d'extraits de live... Une quantité de choses qui a été souvent mise en ligne par les gens eux-mêmes ou les artistes. Mais on désire vraiment privilégier les contenus officiels. À partir de ce qu'on a trouvé, on a constitué des playlists sur notre chaîne YouTube et dans ces playlists, il y a des sélections de clips. Des clips, on va dire éternels, et puis maintenant qu'on a collecté tout le

patrimoine intéressant, on met en avant la nouveauté. On met très régulièrement à jour nos playlists en ajoutant les nouveautés du moment. Les playlists, il y a en a 12 ou 13 par goûts musicaux différents : jazz, de la musique ancienne, à la musique contemporaine, rap/RnB, pop-rock, hard rock, punk... On a aussi une playlist jeunesse parce qu'on a aussi quelques compagnies dans le coin, quelques gens qui oeuvrent aussi pour le public jeune. On s'est rendu compte, dès le départ du lancement de l'offre, qu'on avait 200 vidéos maintenant on doit être à plus de 300. C'est vraiment intéressant. En plus, c'est regardé. Sans rien faire trop, on a une centaine de vues par mois. Et puis ça nous permet de reléguer le travail sur notre page Facebook : tous les dimanches, on met en avant une pépite de notre collection de vidéos clips ou de documentaires. C'est intéressant de rebondir là-dessus.

Vous faites la médiation sur Facebook donc ?

On utilise que des médias gratuits. Des choses qui ne nous appartiennent pas. C'est assez bizarre pour des médiathécaires si proches du droit d'auteur et du respect des choses mais quelque part, on essaie de privilégier les contenus officiels. On répond un peu à la demande et puis, c'est de la diffusion publique. C'est les gens depuis chez eux qui peuvent consulter cette mine d'or parce qu'il y a vraiment des choses qu'on n'a pas forcément ou pas du tout dans notre fonds. Tout est en ligne.

Par rapport à YouTube, est-ce qu'il n'y a pas eu des questionnements au niveau de vos collègues ou de la tutelle pour son utilisation ?

Oui, dans la mesure où ce n'est pas quelque chose qui nous appartient, que ce ne sont pas des serveurs qu'on peut gérer, des contenus qu'on peut quantifier. Oui mais dans ce travail précis, il n'y a pas eu vraiment de problème. Ça s'est bien passé. Si on avait du mettre en ligne nos propres clips ou vidéos, on en a 2, 3 qui nous appartiennent vraiment, on aurait été confronté à ce questionnement, à la diffusion publique aussi. Les conditions générales d'utilisation de YouTube ne sont pas très claires sur plein de choses. Cette notion de droit d'auteur qui disparaît d'un coup car ce qu'on met en ligne leur appartient. C'est très étrange. J'ai justement des collègues discothécaires qui se posent des questions sur ce genre de ressources. On travaille aussi sur Discogs, une plateforme un peu comme Wikipédia qui est

mise à jour par des bénévoles et qui est un peu le Wikipédia de l'édition discographique. Vous avez vraiment sur Discogs une quantité de disques de toute la planète, toute éditions confondues, tout pays, toute époque, réédition, represse... quelque chose comme 8 millions de disques qui sont mis en ligne. Et pareil, on a travaillé dessus pour mettre en avant notre collection de disques locaux. Donc on a été amené à contribuer à cette base mais bien évidemment, cette base ne nous appartient pas. Si un jour, elle s'arrête, tout ce travail est perdu. Mais je pense que ça ne s'arrêtera pas et pour YouTube, je pense que c'est la même chose. Autant il y a 10 ans, on pouvait douter de certaines ressources. J'ai des collègues qui se sont lancés dans la contribution de sites qui n'ont pas tenus le coup. Là, je pense qu'avec YouTube on a quelque chose qui risque de durer. Après tout ce qui est droit d'auteur et rétribution des artistes, c'est nul.

Oui, justement, je vous demandais ça par rapport au problème de censure qu'il y a eu l'année dernière. Des youtubeurs se sont rendus compte que certaines de leurs vidéos avaient été démonétisées car le contenu ne plaisait pas aux publicitaires donc ils ne gagnaient plus du tout d'argent avec.

Ce sont des youtubeurs pas des musiciens, mais j'avais suivi ça. J'ai entendu parler de cette histoire. Mais ça, ça concerne les gens qui ont des revenus assez élevés.

Mais du coup, les youtubeurs ont dit que YouTube censurait leurs créations. Je me suis demandé si c'était une question que les professionnels se posent ou pas du tout.

Je crois que ça ne concerne que les créateurs. Nous, on ne monétise pas sur les 3 vidéos qu'on a, ça ne me viendrait pas à l'idée. Mais pour les artistes, effectivement c'est très compliqué. Quand on voit ce que rapporte un clic, je comprends qu'ils soient un peu en panique. Autant les gros youtubeurs génèrent beaucoup de trafic. Par exemple, Gangnam Style a été vu par 2 milliards de personnes et il a gagné quelque chose comme 200 000€. C'est assez ridicule quand on fait que 10 000 vues... C'est déjà énorme pour nos métiers ! Si on avait des vidéos qui feraient 10 000 vues, je serais content.

Je pensais à la censure mais aussi aux conditions générales d'utilisation puisque les

plateformes demandent à ce que ce soit une utilisation personnelle ou en médiathèque, c'est une utilisation collective.

Exactement. Tant qu'on ne fait pas de diffusion publique, on se préserve mais si on devait diffuser ce travail dans la médiathèque, ce ne serait pas la même chose. Après, je pense que personne ne nous embêterait mais il faut être vigilant. Après nous, dans le disque, on travaille toujours sur une exception. Vous devez le savoir, on prête des disques alors qu'on a pas le droit. Donc on se fait petit et on avance.

J'ai vu que vous faisiez une formation « Les Matinées connectées » ou justement vous parlez de votre chaîne YouTube. Est-ce que vous conseillez des bloqueurs de publicités ou des bloqueurs de mouchards à vos usagers ?

Non, pas vraiment. Mais je peux être amené à le faire quand on me pose la question. Les bloqueurs de pubs, ça peut les empêcher de consulter des ressources. Pour les plus jeunes d'entre eux, ils comprennent vite. Mais ça peut être une source de problème pour certains. Sinon je n'ai pas beaucoup participé à ces matinées mais je serai vigilants dans ce genre de conseil. Personnellement, je mets ADB mais est-ce que je ferai de la médiation autour de ça... Si on me pose la question, oui. J'attendrais que les usagers me posent la question.

[Karl Verdot laisse la place à Sarah Doucet]

Maintenant, j'ai des questions par rapport aux compétences de l'équipe. Si j'ai bien compris, vous êtes toutes seules à gérer et sélectionner. Est-ce que pour vous ça impliquait de connaître de nouvelles compétences au niveau informatique, ou vous vous y connaissiez déjà et c'était naturel ?

Je ne suis pas complètement larguée mais je ne suis pas non plus très douée. Pour tout ce qui est plus technique, il y a Karl à qui vous venez de parler. Et depuis quelque temps, on a une nouvelle collègue qui est arrivée de la BPI qui a repris un peu tout le travail autour du numérique. De coup, elle nous aide aussi beaucoup. Mais au niveau des compétences, j'ai souvent besoin d'aide pour ce qui est plus technique.

Donc c'est eux qui vous aide à mettre les liens ?

Tous les mois, j'envoie toutes les informations à plusieurs collègues qui sont en charge, un jour par semaine chacun, de mettre à jour le site des médiathèques. Quand mon travail est prêt, j'envoie mes informations et il y a quelqu'un qui met ça en ligne. C'est assez hiérarchisé parce qu'on est une équipe assez importante.

Vous m'avez dit que vous avez participé à une journée de formation sur le webdoc en 2015. C'était organisé par Images en Bibliothèques ?

Ce sont des journées professionnelles qui sont organisées par la BnF et Images en Bibliothèques. Il y en a 2, 3 par an. Ce sont des journées gratuites qui sont réservées à leurs adhérents, sur des thèmes très différents autour de l'image en bibliothèque. Là, il y avait eu une journée sur le webdocumentaire.

C'est la journée qui vous a reboosté ?

Non, ça c'était suite aux premiers webdocs. La journée dont je vous ai parlé qui m'a un peu reboostée, c'est une journée qui a été organisée le 30 mai par la BPI et Images en Bibliothèques. C'était sur le cinéma en bibliothèque. Il y a eu pas mal de table ronde et l'après-midi il y en a eu une qui s'appelait « la vidéothèque au temps du numérique » avec plusieurs intervenants : la directrice d'Angoulême, la responsable du secteur cinéma de la bibliothèque universitaire de Paris 8 et Grenoble. Eux, ils ont été très novateurs. Elles ont partagé leurs expériences et le public posait des questions. Il y a quelqu'un de Bagnolet qui est intervenu. On n'a pas choisi de proposer d'offre VOD à nos usagers parce qu'aucune ne nous satisfait complètement en fait. Pour le moment, on a juste choisi en offre payante, l'offre de la BPI « Les Yeux Doc ». C'est la première offre qu'on propose à nos usagers.

Est-ce que vous valorisez d'autres types de vidéo en ligne gratuite, autre que le webdocumentaire comme les webséries, les vidéos de vulgarisation scientifique, les films d'étudiants ?

Non. Pour l'instant, on reste sur les webdocs. Pas par refus catégorique. Ce serait une idée pour tout ce qui est sciences. Je pense vraiment que pour nous, sur le réseau, les choses vont changer avec notre nouveau SIGB et notre nouveau site. Je pense que ça va redonner plein de possibilités. Là on a beaucoup de contraintes techniques qui font que tout est très compliqué. Notre collègue de la BPI, Vanessa Derouen, qui est arrivée il y a peu de temps, fournit de bonnes idées, comme comme Karl Verdot avec qui vous avez discuté. Je pense que ça va redynamiser notre offre et nos recherches pour proposer de nouvelles choses. On attend tous un peu ça pour qu'il y ait un renouveau parce que techniquement, je pense que ça va vraiment alléger le fonctionnement et les possibilités.

Table des matières

Introduction	6
Première partie : La vidéo en ligne gratuite en médiathèque de lecture publique, une ressource en cours de légitimation	8
1 . La place des contenus vidéos dans l'environnement numérique	8
a. Présentation	8
b. Le fonctionnement technique des contenus vidéos dans l'environnement numérique	11
c. Les plateformes d'hébergement	11
2. La vidéo en ligne en médiathèque de lecture publique	16
a. Définition de la vidéo en ligne	16
b. La vidéo en ligne gratuite comparée à la collection physique et à la VOD	21
c. Enjeux bibliothéconomiques	26
d. Aspects déontologiques et juridiques	29
3. Médiation autour des ressources numériques en médiathèque	32
a . Quelle différence entre une médiation pour une collection physique et une collection numérique ?	32
b. Une médiation numérique pour des ressources numériques ?	35
Deuxième partie : Observations des pratiques et entretien avec des professionnels sur la médiation de la vidéo en ligne gratuite	40
1. Observation des pratiques professionnelles	40
a. Choix des éléments observés	40
b. Présentation des bibliothèques ciblées	41
2. Synthèse des pratiques professionnelles observées	42
a. La médiation dans l'espace physique et la communication associée	42
b. La médiation dans l'environnement numérique	45
3 . Entretiens avec des professionnels de médiathèque de lecture publique	49
a. Construction de la grille d'entretien	49
b. Présentation des bibliothèques ciblées	51
c. Déroulement des entretiens	53

4. Synthèse des entretiens avec les professionnels	54
a. La sélection	55
b. Le signalement	57
c. La médiation	58
d. La place de la vidéo en ligne gratuite	60
e. La formation des usagers	62
f. Les compétences de l'équipe	62
g. Droit et déontologie	63
Troisième partie : Une place dans la collection pour la vidéo en ligne gratuite	65
1. Hypothèse 1 : Les professionnels des médiathèques de lecture publique mettent en oeuvre une médiation documentaire sur les contenus de type vidéo en ligne gratuite	65
a. Une médiation documentaire...	65
b. ... à réinventer	68
c. Une nécessaire formation des professionnels et sensibilisation des usagers	72
2 . Hypothèse 2 : Les professionnels ne considèrent pas la vidéo en ligne comme faisant partie intégrante de la collection et ne lui appliquent donc pas les pratiques professionnelles habituelles	76
a. Une place pour la vidéo en ligne gratuite dans la collection numérique ?	76
b. D'autres pratiques professionnelles pour la vidéo en ligne gratuite ?	78
3. Hypothèse 3 : Parallèlement la vidéo en ligne gratuite répond à des objectifs d'un projet d'établissement de par la souplesse qu'elle permet par rapport à une offre de VOD	79
a. Une cohabitation parfois présente entre vidéo en ligne gratuite et VOD	79
b. La simplicité de la sélection et de la médiation autour de la vidéo en ligne gratuite	80
Conclusion	83
Bibliographie	85
Annexes	93
1. Entretien avec Guénaëlle Slanoski de la médiathèque de Bagnolet	
2. Entretien avec Nihaya Serhan de la médiathèque Blaise-Cendrars de Conflans-Sainte-Honorine	
3. Entretien avec Sarah Doucet de la médiathèque d'Orléans	