



**HAL**  
open science

## Les collections patrimoniales multimédias et informatiques de la Bibliothèque nationale de France : quels usagers, quels usages ?

David Benoist, Marion Chaigne, Magali Gouiran, Alix Le Gall, Gilles Verneuil

### ► To cite this version:

David Benoist, Marion Chaigne, Magali Gouiran, Alix Le Gall, Gilles Verneuil. Les collections patrimoniales multimédias et informatiques de la Bibliothèque nationale de France : quels usagers, quels usages ?. domain\_shs.info.bibl. 2006. mem\_01871162

**HAL Id: mem\_01871162**

**[https://memsic.ccsd.cnrs.fr/mem\\_01871162](https://memsic.ccsd.cnrs.fr/mem_01871162)**

Submitted on 10 Sep 2018

**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.

**Les collections patrimoniales  
multimédias et informatiques de la  
Bibliothèque nationale de France :  
quels usagers, quels usages ?**

**Tome premier**

**David Benoist, Marion Chaigne, Magali Gouiran, Alix  
Le Gall, Gilles Verneuil**

Sous la direction de Catherine Cyrot  
ENSSIB

## ***Remerciements***

Nous remercions les personnes qui sont à l'origine de ce projet, et en particulier Grégory Miura, qui nous a permis de découvrir la Bibliothèque nationale de France et nous a beaucoup aidés durant ces six mois. Nous tenons également à exprimer notre gratitude envers Catherine Cyrot dont les conseils nous ont été précieux.

Merci également à tout le personnel de la BnF qui nous a accueillis en stage et à tous ceux qui ont bien voulu répondre à nos questions, en particulier au sein du service Multimédia.

Notre reconnaissance va également aux personnes qui ont pris du temps pour participer à la rédaction de notre questionnaire, particulièrement le personnel du service informatique de l'ENSSIB et Mickaël Ivorra, qui a aimablement accepté de le relire. Enfin et surtout, un grand merci à tous ceux qui ont accepté de répondre à nos questionnaires ou de nous recevoir pour un entretien.

## Résumé :

Depuis la refonte du dépôt légal en 1992, la BnF conserve l'ensemble de la production française de documents électroniques : cédéroms multimédia, jeux vidéo, logiciels... documents qui sont mis à la disposition des publics accrédités dans la salle P du Rez-de-jardin. Cette collection est récente et mal connue, et les demandes de consultation sont rares.

Jugeant que ce fonds, unique en son genre, était sous-utilisé, la BnF a chargé un groupe de l'ENSSIB d'étudier, dans le cadre d'une gestion de projet, les pratiques de travail des chercheurs susceptibles de venir en salle P. Le groupe devait aussi proposer des améliorations de la documentation et des services proposés, afin d'attirer de nouveaux publics.

L'enquête a mis en évidence la méconnaissance de l'offre de la BnF, l'inadaptation du catalogue et la nécessité d'isoler un espace spécifique pour la consultation de ces documents atypiques. En vertu de quoi la BnF a décidé de nouer de nouveaux partenariats, d'améliorer le catalogue, de développer sa politique de communication et surtout de modifier les espaces de consultation afin de s'adapter aux pratiques de travail de ces utilisateurs.

## Descripteurs :

Bibliothèques et multimédias -- France

Bibliothèque nationale de France. Département de la Phonothèque nationale et de l'audiovisuel

Dépôt légal -- France

Jeux vidéo

Toute reproduction sans accord exprès de l'auteur à des fins autres que strictement personnelles est prohibée.

## **Abstract :**

Since 1992, the mission of the Bibliothèque nationale de France is to gather and preserve the whole French production of electronic documents: multimedia CD-rom, video games, data bases and software. Accredited publics have access to these documents in the P room on the Ground floor. This patrimonial documentation is still new and badly known, and there are only few consultation's requests. The Bibliothèque nationale de France thinks that this collection, unique of its kind, was underemployed, and asked an ENSSIB group to study the practical experience of people drawing probable advantage from their visit to the P room. This study was made as an ENSSIB project management. The group also had to suggest adjustments in the BnF's offer of documentation and services, in order to fulfill public expectation, and attract new people. This study proved the BnF's role and offer to be ignored by the would-be publics. Moreover, maladjustment in the catalogue was patent. Last but not least, this study showed the lack of specific isolated space dedicated to the consultation of these atypical documents. BnF decided to tie partnerships with other institutions, to improve the catalogue, to develop its communication strategy and especially to reorganize consultation spaces within the room in order to adapt to the users' practices.

## Keywords :

Bibliothèque nationale de France

Legal deposit of books, etc.

Multimedia library services

Video games

# Sommaire

<b>REMERCIEMENTS .....</b>	<b>2</b>
<b>RÉSUMÉ :.....</b>	<b>3</b>
<b>ABSTRACT : .....</b>	<b>4</b>
<b>SOMMAIRE.....</b>	<b>5</b>
<b>INTRODUCTION GÉNÉRALE.....</b>	<b>9</b>
<b>PARTIE 1 : DOCUMENT DU PREMIER COMITÉ DE PILOTAGE .....</b>	<b>10</b>
1. ANALYSE DE L'EXISTANT .....	10
1.1. <i>Présentation du service Multimédia au sein du département Audiovisuel et de la Bibliothèque nationale de France .....</i>	<i>10</i>
1.2. <i>Le dépôt légal multimédia et la constitution du fonds .....</i>	<i>12</i>
1.3. <i>La consultation du multimédia en salle P.....</i>	<i>13</i>
2. DÉFINITION DE LA PRESTATION .....	16
2.1. <i>Le public du fonds multimédia à l'heure actuelle.....</i>	<i>16</i>
2.2. <i>Analyser les pratiques de travail du public potentiel.....</i>	<i>17</i>
2.3. <i>Comparer l'offre de la salle P à ces pratiques.....</i>	<i>17</i>
3. MÉTHODOLOGIE ADOPTÉE.....	18
3.1. <i>Analyse de la documentation .....</i>	<i>18</i>
3.2. <i>Étude des pratiques de travail des usagers potentiels de la salle P....</i>	<i>19</i>
3.3. <i>Dépouillement et analyse des résultats, présentation de scénarios.....</i>	<i>21</i>
4. GANTT PRÉVISIONNEL .....	23
5. BUDGET PRÉVISIONNEL .....	25
<b>PARTIE 2 : COMPTE-RENDU DU PREMIER COMITÉ DE PILOTAGE ...</b>	<b>27</b>
1. PRÉSENTATION DU GROUPE PROJET.....	27
1.1. <i>Analyse de l'existant et travail d'observation .....</i>	<i>27</i>
1.2. <i>Définition de la prestation.....</i>	<i>28</i>
1.3. <i>Méthodologie adoptée et déroulement du projet.....</i>	<i>28</i>

2.	QUESTIONS OUVERTES .....	29
3.	CONCLUSION .....	33
<b>PARTIE 3 : DOCUMENT DU DEUXIÈME COMITÉ DE PILOTAGE .....</b>		<b>34</b>
1.	PRÉSENTATION DE L'ENQUÊTE MENÉE .....	34
1.1.	<i>Une approche quantitative : un questionnaire en ligne</i> .....	34
1.2.	<i>Une approche qualitative : des entretiens semi-directifs</i> .....	35
1.3.	<i>Des résultats homogènes</i> .....	36
1.4.	<i>Trois directions proposées pour le changement</i> .....	41
1.5.	<i>Les préalables</i> .....	42
2.	SCÉNARIO 1 : <i>PARTY TIME</i> OU LA VALORISATION DES FONDS À TRAVERS LA COMMUNICATION ET L'ANIMATION .....	44
2.1.	<i>Objectifs</i> .....	44
2.2.	<i>Moyens/méthodologie</i> .....	45
2.3.	<i>Planning et budget</i> .....	49
2.4.	<i>Forces et contraintes</i> .....	49
2.5.	<i>Bilan</i> .....	50
3.	SCÉNARIO 2 : <i>TETRIS</i> OU UN NOUVEL AMÉNAGEMENT POUR LE MULTIMÉDIA .....	50
3.1.	<i>Objectifs</i> .....	52
3.2.	<i>Moyens/méthodologie</i> .....	52
3.3.	<i>Planning et budget</i> .....	55
3.4.	<i>Forces et contraintes</i> .....	55
3.5.	<i>Bilan</i> .....	56
4.	SCÉNARIO 3 : DÉVELOPPEMENT D'UN ACCÈS DISTANT .....	56
4.1.	<i>Objectifs</i> .....	57
4.2.	<i>Moyens/méthodologie</i> .....	57
4.3.	<i>Planning et budget</i> .....	59
4.4.	<i>Forces et contraintes</i> .....	60
4.5.	<i>Bilan</i> .....	61
<b>PARTIE 4 : COMPTE-RENDU DU DEUXIÈME COMITÉ DE PILOTAGE .....</b>		<b>62</b>
1.	PRÉSENTATION DU GROUPE PROJET .....	62
2.	QUESTIONS OUVERTES .....	62

3.	CONCLUSION .....	66
4.	CHOIX DU SCÉNARIO .....	67
5.	AMÉNAGEMENTS AUTOUR DU SCÉNARIO 2 .....	67
<b>PARTIE 5 : DOCUMENT DU TROISIÈME COMITÉ DE PILOTAGE .....</b>		<b>70</b>
1.	AMÉNAGEMENT DES SALLES .....	71
1.1.	<i>La salle « consoles »</i> .....	72
1.2.	<i>La salle « jeu en réseau »</i> .....	74
1.3.	<i>Consultation en cabine</i> .....	75
1.4.	<i>Mise en place de sessions de travail et possibilités de sauvegarde</i> .....	76
2.	AMÉLIORER LE CATALOGUE POUR LES JEUX VIDÉO .....	77
2.1.	<i>Rendre plus visible depuis la page d'accueil du catalogue la recherche sur ce type de documents</i> .....	77
2.2.	<i>Affiner les critères de recherche</i> .....	79
2.3.	<i>Enrichir les notices des jeux</i> .....	83
3.	LES ACQUISITIONS .....	84
4.	LA COMMUNICATION .....	86
4.1.	<i>Quels partenariats pour le multimédia ?</i> .....	86
4.2.	<i>Annuaire et lettre d'information</i> .....	95
4.3.	<i>Référencement réciproque de sites Internet</i> .....	99
<b>CONCLUSION : CONDITIONS DE SUCCÈS ET RISQUES D'ÉCHEC .....</b>		<b>101</b>
<b>PARTIE 6 : COMPTE-RENDU DU TROISIÈME COMITÉ DE PILOTAGE</b>		
.....		<b>105</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE .....</b>		<b>109</b>

Bibliothèque nationale de France

direction des collections  
 département de l'audiovisuel  
 Quai François Mauriac, 75706 Paris Cedex 13  
 téléphone 33 (0)1 53 79 53 02 ou 88 20  
 télécopie 33 (0)1 53 79 47 21  
 N° 3007 804020007

## Lettre de mission

### Projet :

Analyse des pratiques et des besoins documentaires des professionnels, des chercheurs et des étudiants au regard de l'offre des collections patrimoniales multimédias et informatiques

### Origine du projet :

La loi de dépôt légal rénovée en 1992, institue la constitution d'une collection patrimoniale d'un nouveau type à la Bibliothèque nationale de France comprenant les documents multimédias et informatiques. Cette collection atteint aujourd'hui 30000 documents consultables dans la salle P du Rez-de-jardin de la BnF, gérée par le département de l'Audiovisuel. Elle s'avère constituée d'une variété de formes éditoriales jusque là absentes des pratiques traditionnelles de l'institution : multimédia grand public, jeux vidéo, bases de données, logiciels, didacticiels, ludo-éducatif... Ces documents sont de plus marqués par un constant renouvellement des supports et amènent à étendre la notion d'usage du document au-delà de la dichotomie « documentaire/fiction » majoritairement présente dans une collection de bibliothèque.

Cette nouvelle réalité du patrimoine est encore peu utilisée et la recherche commence à peine à traiter ces documents comme des sources. La plupart des chercheurs signalent l'intérêt et la pertinence d'une mission patrimoniale autour de ces documents mais sont plus réservés quant à leur volonté de venir à la Bibliothèque nationale de France les consulter. Les raisons qui expliquent ce décalage sont multiples :

- un patrimoine « jeune » pour un média âgé d'une trentaine d'années
- une collection encore méconnue avec seulement une dizaine d'années de pratique du dépôt légal
- la nécessité et prégnance d'un environnement de consultation technique varié
- la nature et la structure du contenu et de l'usage possible d'un document multimédia et informatique comme frein à la consultation (non-linéarité, outil applicatif et arborescence des parcours de lecture) qui se trouvent incomplètement appréhendées par une consultation héritée de l'imprimé
- le manque de points de référence avec d'autres institutions manipulant les mêmes documents
- un appareil critique en cours de constitution

### Objectifs :

Il s'agira de mener un repérage et une enquête (entretiens qualitatifs) auprès des publics professionnels, universitaire et étudiant actuels et potentiels des collections du Service Multimédia (écoles de création multimédia et informatiques, laboratoires de recherche, studios de développements ou éditeurs) et de caractériser des pratiques de consultation des documents (sources, objets d'étude, analyse d'un secteur de l'édition, formation au regard critique ou à la réalisation). Les conclusions de l'analyse de terrain permettront d'en déduire des orientations pour la communication, l'accès et les services aux chercheurs à la Bibliothèque nationale de France (promotion de la collection, outils d'aide à la consultation, documentation des fonds...)

### Modalités :

Le planning sera celui prévu par l'ENSSIB pour le projet de service.

La personne ressource à la bibliothèque sur ce domaine est : Grégory Miara, responsable de la section Documents électroniques du service Multimédia au département de l'Audiovisuel.

A Paris, le 5 janvier 2006

Isabelle Giannattasio  
 directrice du département de l'Audiovisuel

## ***Introduction générale***

S'il est des documents que peu de lecteurs s'attendent à trouver en bibliothèque, et plus encore à la Bibliothèque nationale de France, ce sont bien les documents électroniques. Pourtant ces derniers composent la collection multimédia du service Audiovisuel de la BnF, une collection unique en son genre qui réconcilie ressources électroniques et patrimoine. Ainsi, dans la salle P du Rez-de-jardin de la BnF, réservée aux personnes accréditées, est consultable l'ensemble des documents multimédias issus du dépôt légal mis en place en 1992 : jeux vidéo, logiciels utilitaires, œuvres d'art numériques sur cédéroms, etc. Ces documents, de par leur nouveauté, leur interactivité, leurs modes singuliers de consultation, se démarquent nettement du reste des collections.

Or il semble que ce fonds multimédia peine à rencontrer son public. Alors qu'on commence à analyser ces documents pour leur intérêt propre et non plus en tant que simple support d'informations, les chercheurs fréquentent peu la salle P.

Dans ce contexte, l'équipe projet a été chargée par le service Multimédia du département Audiovisuel de la BnF d'une enquête visant à mieux cerner les besoins ainsi que les pratiques de travail des publics potentiels qu'ils soient chercheurs, professionnels, étudiants, journalistes... Cette étude devrait permettre de mieux adapter l'offre de consultation et de services à ces catégories de public.

Notre première approche du problème a consisté à analyser l'existant et à mettre en perspective les enjeux du dépôt légal des documents multimédia, l'offre documentaire de la salle P ainsi que ses propositions de consultation. Dans un deuxième temps, notre démarche a été de mener une enquête par entretiens et questionnaires auprès du public concerné. Les conclusions de ce travail basé principalement sur une étude des publics ont permis au groupe projet d'élaborer différentes propositions qui devraient se concrétiser progressivement en accord avec la mise en place d'un budget spécifique.

Le document final retrace le travail du groupe ENSSIB de janvier à juin 2006. Le premier volume compile les différents documents validés lors des comités de pilotage. Le second volume présente les annexes à cette étude à partir desquels nous avons élaboré notre réflexion.

# ***Partie 1 : Document du premier comité de pilotage***

## **1. Analyse de l'existant**

### **1.1. Présentation du service Multimédia au sein du département Audiovisuel et de la Bibliothèque nationale de France**

Avec les collections de documents sonores et vidéo, les collections multimédias font partie intégrante du département Audiovisuel de la BnF. 80 000 documents électroniques composent cette collection encyclopédique et atypique qui représente une nouvelle réalité patrimoniale. Parmi ces documents, certains sont disponibles en multi supports. Notre étude n'en tiendra pas compte.

Ce fonds multimédia de la BnF est consultable dans les salles gérées par le département Audiovisuel, en Haut-de-jardin (salle B) et en Rez-de-jardin (salle P). C'est sur le public potentiel de cette dernière salle que porte notre étude : 30 000 documents multimédias issus du dépôt légal y sont consultables. Si les documents vidéo disponibles dans la salle P sont très largement exploités (rapport CREDOC 2004<sup>1</sup>), les documents multimédias en revanche sont ignorés par de nombreux lecteurs.

Ainsi, selon les statistiques du département Audiovisuel, seulement 400 documents multimédias en moyenne sont communiqués chaque année. Durant les trois dernières années (2003 à 2005), au total environ 500 lecteurs différents se sont rendus dans la salle P pour y consulter des documents multimédias. Dans ce contexte, il est nécessaire d'analyser de plus près le service Multimédia pour mieux saisir la portée de ces chiffres.

---

<sup>1</sup> CHRISTON Sonia, DUPUY Claire, SEGUETTE Marie. *Étude des publics de la salle P sur le site François-Mitterrand*. CREDOC : Paris, 2004, p. 7.

### 1.1.1. Un service récent

Cette riche collection multimédia est constituée depuis 1975, date à laquelle le dépôt légal s'applique aux « *œuvres audiovisuelles intégrées, dites multi-média, groupant divers supports (livres, fiches, photographies, films, bandes magnétiques, cassettes, disques, etc.) qui ne peuvent être dissociées pour leur mise en vente, leur distribution, leur reproduction ou leur diffusion sur le territoire français* ». C'est la Phonothèque nationale qui reçoit alors ce dépôt. Rattachée en 1977 à la Bibliothèque nationale, elle gère, à partir de 1992, le dépôt légal des documents électroniques. En effet, la loi du 20 juin 1992 suivie du décret d'application du 31 décembre 1993 étend le champ d'application du dépôt légal aux documents électroniques et informatiques. La France devient ainsi l'un des premiers pays au monde à inclure les documents électroniques dans sa législation relative au dépôt légal. En 1994, le nouveau département Audiovisuel naît de la fusion entre les départements de la Phonothèque et de l'Audiovisuel. Dès 1996, la salle B de consultation du département est ouverte en Haut-de-jardin tandis qu'il faut attendre 1998 pour l'ouverture de la salle de recherche (P) en Rez-de-jardin.

### 1.1.2. Un service encore mal considéré

Le contenu de ce fonds est extrêmement varié puisqu'il comprend des jeux vidéo, des logiciels divers (de manipulation de l'image, du son, de création ou d'application...), des didacticiels, des bases de données (économiques, industrielles, bibliographiques, etc.), des cédéroms éducatifs, utilitaires, des documents d'entreprises et d'associations, etc. Malgré cette richesse, ce service est encore mal considéré et peine à trouver sa légitimité auprès d'un public davantage familier des collections imprimées et de leur consultation. Il semble en effet que ces formes éditoriales qui tranchent avec les pratiques traditionnelles de l'institution pâtissent d'un manque de crédibilité.

En outre, le département Audiovisuel souffre, de manière générale, d'un problème d'identité. Ainsi le rapport du CREDOC 2004 souligne le fait que les trois supports consultables dans la salle P (vidéo, sonore et multimédia) ne renvoient pas une image unitaire du service permettant aux lecteurs de l'identifier comme un ensemble documentaire cohérent.

### 1.1.3. Un service mal connu

Le rapport 2004 du CREDOC insiste sur le fait que le fonds de la salle P en général est très peu connu des lecteurs de la BnF. Selon ce même rapport, « la plupart des utilisateurs professionnels potentiels n'ont même pas idée qu'ils pourraient trouver à la BnF des documents susceptibles de les intéresser ou d'être prescrits<sup>2</sup> ».

Afin de remédier à ce problème de communication, le rapport du CREDOC préconise de développer « *la communication sur les collections audiovisuelles adressée à des publics ciblés et mettant en avant la spécificité du fonds*<sup>3</sup> ».

## 1.2. Le dépôt légal multimédia et la constitution du fonds

Depuis 1992, l'édition informatique est déposée à la BnF. Par documents informatiques ou documents électroniques, il faut entendre, selon l'article 1 de la loi, « *les progiciels, les bases de données, les systèmes experts et les autres produits de l'intelligence artificielle [...] dès lors qu'ils sont mis à la disposition du public par la diffusion d'un support matériel, quelle que soit la nature de ce support* ». Ainsi tous les supports de l'édition électronique existants ou à venir sont concernés par le dépôt légal puisque la loi ne mentionne aucun support particulier.

En outre, le dépôt légal concerne également les documents qui échappent aux circuits commerciaux dès lors qu'ils sont diffusés auprès du public : productions d'associations, de collectivités, d'institutions, autoédition, etc.

En premier lieu, la collecte doit répondre au principe d'exhaustivité. C'est la raison pour laquelle ce dépôt est obligatoire et gratuit. L'éditeur doit déposer chaque document en deux exemplaires. Le service du dépôt légal multimédia reçoit ainsi plus de 3 500 documents par an (50 à 55 000 livres et 10 à 15 000 disques sont déposés en moyenne chaque année). La prospection et la veille sont les principaux outils du dépôt légal. Tandis que l'obligation du dépôt doit être constamment rappelée aux éditeurs et producteurs, la veille du marché du multimédia s'impose également afin de recueillir le

---

<sup>2</sup> CHRISTON Sonia, DUPUY Claire, Marie SEGUETTE, *Étude des publics de la salle P sur le site François-Mitterrand*, Paris : CREDOC, 2004, p. 27.

<sup>3</sup> *Id.*, p. 27.

plus grand nombre de documents. Parmi les dispositifs de veille les plus utilisés par le service, on trouve Internet mais aussi la presse spécialisée, les salons et les rayonnages des boutiques. Cette activité se révèle particulièrement importante pour le service Multimédia : les professionnels de ce secteur, à la différence des professionnels du livre, ne possèdent pas la culture du catalogue et du patrimoine. De plus, les produits multimédias ont une durée de vie courte, et sont souvent considérés comme insignifiants une fois obsolètes. Ainsi la plupart des producteurs n'ont-ils pas le réflexe du dépôt légal. La fonction patrimoniale du dépôt légal en matière de multimédia n'en est que plus significative. Enfin, soulignons qu'à l'heure actuelle, il n'existe encore aucune loi sur le dépôt légal et Internet. Elle est attendue et les infrastructures techniques sont déjà installées à la BnF.

### **1.3. La consultation du multimédia en salle P**

Les documents multimédias du dépôt légal sont consultables en salle P située en Rez-de-jardin, accessible seulement aux chercheurs accrédités. Le département Audiovisuel partage cette salle avec l'Institut national de l'Audiovisuel (INA), chargé de rassembler, cataloguer, conserver et communiquer les documents radio et télédiffusés.

#### **1.3.1. Des places et du matériel spécifiques pour des supports spécifiques**

Toutes les places de la salle P sont équipées d'un ordinateur et d'un casque. Huit places sont réservées à la consultation de documents multimédias : six sont équipées d'ordinateurs (quatre PC et deux Mac) et deux permettent l'installation de consoles de jeux vidéo. En outre, un espace est destiné à la documentation papier sur l'audiovisuel et le multimédia.

Lorsqu'un lecteur désire consulter un document du département Audiovisuel, il doit le demander en salle P. La procédure est ensuite différente selon l'objet : ainsi les documents sonores et vidéo n'ont-ils pas besoin d'être apportés dans la salle de consultation puisque leur mise en place se fait dans la régie réservée au personnel. Une fois le document sonore ou vidéo installé dans l'appareil de lecture, l'utilisateur le visionne et/ou l'écoute depuis sa place en salle P. Pour les documents multimédias en revanche, la consultation à distance n'est pas possible. Un assistant

de communication apporte le document demandé à la place du lecteur après l'avoir extrait du magasin. Il est alors introduit dans la machine appropriée. Un raccourci vers le document est placé sur le bureau de l'ordinateur, de sorte que l'utilisateur n'ait plus qu'à cliquer dessus pour accéder au contenu multimédia.

À aucun moment l'utilisateur de la bibliothèque ne manipule lui-même le document, qu'il s'agisse d'un disque, d'un DVD ou d'un jeu vidéo. En revanche, dans le cas d'un document multimédia, le lecteur peut consulter le matériel d'accompagnement (manuel, boîte de présentation...). Cette précaution s'avère essentielle à la conservation de ce patrimoine. Dans le cadre du plan de conservation des documents multimédias, il est prévu d'étendre la consultation à distance depuis la régie à ce type de supports même si cette procédure risque d'être limitée pour les consoles les plus récentes dont les performances techniques dépassent les capacités d'émulation des ordinateurs. Concernant la consultation à distance, on peut rapporter le cas intéressant du département Cartes et Plans, situé sur le site Richelieu, où les lecteurs pourront bientôt consulter les cartes sur supports électroniques (jusqu'alors consultables uniquement en salle P) grâce à un émulateur à distance placé à Richelieu et connecté avec la régie de Tolbiac. Ainsi la communication des documents est-elle facilitée.

On peut noter que les règles de consultation sont différentes à l'INA : les lecteurs se voient remettre le document en main propre et l'introduisent eux-mêmes dans le lecteur situé en dessous de leur écran d'ordinateur.

### 1.3.2. Le catalogue : une consultation et une réservation complexes

Tout d'abord, la fusion des catalogues audiovisuel et imprimé a entraîné quelque confusion dans la recherche de documents. En effet, la dénomination « ressource électronique », qui apparaît sur le catalogue lorsqu'il s'agit d'un support multimédia, est peu explicite pour les lecteurs qui sont souvent surpris de constater que le document qu'ils veulent consulter n'est pas un imprimé.

En outre, la consultation du catalogue s'avère relativement complexe pour les documents multimédias. Ainsi est-il difficile pour l'utilisateur lambda de trouver directement un jeu vidéo. Il lui faut, au contraire, bien connaître le fonctionnement du catalogue avant de faire sa recherche. La procédure est la suivante : sur la page

d'accueil du catalogue BN Opale Plus, le lecteur doit cliquer sur « Documents audiovisuels » sous la rubrique « Recherches spécifiques » dans le menu à gauche. Il peut ensuite, par exemple, faire une recherche par marque de jeu. Il lui faut alors choisir comme critère de recherche « Marque » (par exemple, Nintendo), puis sélectionner, dans « Typologie Audiovisuelle », « Genre : jeux vidéos » (il ne faut pas oublier de valider la sélection, à droite). Cette fonctionnalité du catalogue est particulièrement intéressante pour l'utilisateur mais elle reste d'un accès difficile. Du reste, selon le rapport 2004 du CREDOC<sup>4</sup>, de nombreux lecteurs de la salle P remarquent combien le catalogue est difficile d'utilisation et souhaitent même une formation préalable à la consultation.

Enfin, la réservation des places et des ouvrages est, elle aussi, très peu pratique. Le rapport CREDOC 2004 rappelle que *« tant l'entretien d'accréditation que les modalités d'utilisation de cette accréditation, les procédures de réservation des places et des ouvrages s'avèrent agir comme des repoussoirs d'autant plus forts qu'il s'agit de professionnels de l'audiovisuel, qui ont de grandes exigences en termes de rapidité, de simplicité, d'accessibilité »*. Un professeur d'ethnomusicologie interrogé par l'équipe du CREDOC regrette d'ailleurs la complexité des procédures de réservation pour la salle P : *« On ne peut pas y aller facilement : il faut réserver ; il faut prendre une journée. Il faut vraiment savoir à l'avance qu'on va avoir une journée entière de libre, c'est compliqué pendant l'année ; il faut réserver une journée de travail. Ou alors, vous n'utilisez que 2 heures ; mais pour 2 heures, ça fait cher. À la bibliothèque de sinologie, comme l'accès est simple, on rentre, on reste un quart d'heure, on vérifie que l'ouvrage est là, s'il n'est pas là, ou quand on a l'information voulue, on ressort, c'est aussi simple que ça<sup>5</sup>. »*

### 1.3.3. Des possibilités de consultation peu adaptées aux spécificités des supports

D'autre part, s'il est possible de consulter les documents sonores et vidéo en cabine, cette disposition n'existe pas encore pour les documents multimédias. Pourtant, il semble que la consultation de documents multimédias, notamment de jeux vidéo, est parfois intimidante pour l'utilisateur qui craint de gêner les autres

---

<sup>4</sup> *Id.*, p. 40-41.

<sup>5</sup> *Id.*, p. 31.

lecteurs de la salle P et est également embarrassé d'utiliser ce type de document ludique dans une salle dite « de travail ». L'expérience de cet étudiant en sémiologie interrogé par le CREDOC en 2004 en témoigne : « *La console était posée sur la table, j'étais le seul à utiliser ça, j'étais pas forcément à l'aise, j'en jouais, d'ailleurs... mais bon y avait des gens qui regardaient des vieux films des années 50, des gens qui lisaient plus loin...<sup>6</sup>* »

Enfin, le rapport 2004 du CREDOC signale le manque de flexibilité dans la réservation de places pour la salle P. Ainsi, de « *nombreuses places sont dédiées à la consultation d'un seul support<sup>7</sup>* » et ne permettent pas au lecteur de travailler sur différents supports dans la même journée.

## 2. Définition de la prestation

### 2.1. Le public du fonds multimédia à l'heure actuelle

Trois types d'utilisateurs consultent aujourd'hui les documents du fonds multimédia :

- beaucoup de lecteurs qui consultent des jeux vidéo viennent dans le cadre de pratiques de détente à la fin d'une journée de recherches ; ce public est facilement identifiable par le personnel de la salle P : il arrive en salle en fin de journée, ne sait pas précisément ce qu'il veut et doit donc demander conseil au personnel, pour rester environ deux heures ;

- la majorité des lecteurs qui consultent des cédéroms le fait dans le cadre d'une autre recherche : ils consultent ce type de documents non pour le support, mais pour son contenu, et ignorent parfois quand ils trouvent une référence qu'il s'agit d'un cédérom ; d'une manière générale, ils arrivent donc en salle P par hasard ;

- enfin, une infime partie des lecteurs du multimédia est intéressée par le média lui-même : ces lecteurs viennent étudier des jeux vidéo, des logiciels ou des cédéroms pour leur support et l'organisation de leur contenu.

C'est cette troisième catégorie d'utilisateurs qui nous intéresse dans le cadre de notre projet : quasiment absents aujourd'hui de la salle P, ils constituent pourtant dans l'idéal le public par excellence du fonds multimédia issu du dépôt légal.

---

<sup>6</sup> *Id.*, p. 58.

## **2.2. Analyser les pratiques de travail du public potentiel**

Il est donc convenu que le projet commandité par la Bibliothèque nationale de France se centrera sur le public intéressé par ces documents pour leur support et l'organisation de leur contenu, et non sur le public qui viendrait consulter le contenu d'un cédérom (ou d'un autre document électronique) dans le cadre d'une recherche documentaire toute autre. Dans la mesure où ce type de supports implique des conditions de consultation et de travail spécifiques, il semble pertinent de se demander si les pratiques de travail de ce public ne sont pas également spécifiques. La principale tâche du groupe projet est donc de récolter des témoignages quant à ces pratiques de travail, et de les analyser en profondeur.

Notons que seul le public potentiel des mono supports électroniques est pris en compte, et que les multi supports sont volontairement écartés. Les jeux vidéo seront sans doute privilégiés étant donné leur place importante dans le dépôt légal.

## **2.3. Comparer l'offre de la salle P à ces pratiques**

Dans un second temps, le travail du groupe projet consistera à comparer l'offre de consultation de la salle P en matière de multimédia avec les pratiques des chercheurs et des professionnels de ce domaine, afin de déceler d'éventuelles discordances qui pourraient expliquer en partie l'absence de lecteurs pour les fonds multimédias. En fonction des résultats obtenus, le groupe devra proposer trois scénarios différents destinés à mieux adapter aux pratiques des lecteurs potentiels l'offre de consultation de la salle, tout en insistant sur la différence entre les améliorations ponctuelles, les réorganisations plus complexes qui n'impliqueraient pas uniquement le service Multimédia (s'insérant dans le cadre plus général de l'ensemble de la BnF, elles seraient pas conséquent plus lourdes à mettre en place) et enfin tous les problèmes impossibles à résoudre, du moins à court terme (parmi lesquels plus particulièrement les problèmes techniques), qu'il faudra en tout état de cause contourner.

---

<sup>7</sup> *Id.*, p. 42.

### 3. Méthodologie adoptée

La démarche du groupe projet repose sur un travail collectif, pour lequel les principaux rôles sont répartis de la sorte :

- Marion Chaigne, chef de projet ;
- David Benoist, responsable de la communication externe ;
- Magali Gouiran, responsable de la communication interne ;
- Alix Le Gall, chargée de la chronique du projet ;
- Gilles Verneuil, responsable de la planification et du budget.

#### 3.1. Analyse de la documentation

Dans un premier temps, il convient de réunir tous les renseignements qui existent sur la fréquentation de la salle P. Ces renseignements ont été obtenus au cours du premier stage de différentes manières :

- par le biais d'entretiens avec le personnel du service Multimédia et de la salle P. Nous avons ainsi rencontré Marie Fauchoux, chargée de collections à la section « documents électroniques », Régine Lartigue, responsable du service public, Germana Livi-Dumont, responsable des acquisitions des imprimés au sein du département Audiovisuel, Grégory Miura, responsable du service Multimédia et commanditaire du projet, plusieurs assistants de communication chargés d'installer le matériel nécessaire à la consultation du multimédia, des membres du service qui nous ont fait part de leur expérience de service public en salle P, des catalogueurs, Alexis Blanchet, chercheur associé à la BnF pour le multimédia, etc.

- par le biais de la documentation interne au service concernant la salle P, et notamment de l'enquête sur la salle P réalisée par le CREDOC en 2004, mais aussi des demandes de documents multimédias enregistrées durant les quatre dernières années ; des données statistiques, concernant les lecteurs du multimédia et les documents communiqués de 2002 à 2005, ont pu être synthétisées et organisées ;

- par le biais de documents extérieurs traitant des jeux vidéo, des logiciels, des cédéroms et de la pratique de l'entretien semi-directif, documents obtenus par le biais d'une étude approfondie de la bibliographie des sujets concernés.

## 3.2. Étude des pratiques de travail des usagers potentiels de la salle P

### 3.2.1. Constitution d'un répertoire succinct des chercheurs et des professionnels français dans le domaine du multimédia

L'étude des pratiques de travail des usagers potentiels de la salle P nécessite au préalable la constitution d'un répertoire non exhaustif des chercheurs et des professionnels français du multimédia, public potentiel supposé auquel le groupe projet souhaite s'intéresser. La constitution de ce répertoire passe par le dépouillement de sites Internet consacrés à la recherche en informatique et en programmation, à l'enseignement de ces disciplines dans les universités et les écoles, et aux métiers liés au multimédia. Plusieurs groupes d'individus concernés ont été définis, en particulier grâce à l'enquête réalisée par le CREDOC qui donne deux pistes pour un public potentiel : les universitaires qui viennent à la BnF mais ignorent les supports multimédias, et les professionnels qui ne fréquentent pas ce type d'établissements. Ces groupes sont les suivants :

- les chercheurs (universités, laboratoires de recherche, grandes écoles...) ;
- les « chercheurs amateurs » et autres passionnés ;
- les étudiants (universités, écoles liées à la programmation, au graphisme et au multimédia d'une manière générale...) ;
- les professionnels du multimédia (éditeurs, diffuseurs et développeurs...) ;
- les journalistes de la presse spécialisée ;
- les artistes travaillant dans le domaine du multimédia.

Divers sites Internet ont ainsi été explorés :

- les universités de Paris IV, VIII (laboratoire de recherche Hypermédia), X, XI et XIII (master en sciences du jeu) ;
- l'université de Versailles-Saint-Quentin-en-Yvelines (laboratoire de recherche PRiSM) ;
- l'Institut Supérieur des Arts Appliqués ;
- l'École Nationale Supérieure des Télécommunications ;
- l'École Normale Supérieure de Lyon ;
- l'École des Gobelins ;

- l'Observatoire des mondes numériques en sciences humaines et sociales ;
- le Réseau de Recherche et d'Innovation en Audiovisuel et Multimédia ;
- l'Institut National de Recherche en Informatique ;
- l'Association Française des Sciences et Technologies de l'Information ;
- la Fondation Internet Nouvelle Génération ;
- JIRAF (site rassemblant les professionnels du jeu vidéo) ;
- l'ACM Siggraph Paris ;
- l'International Game Developer Association à Paris ;
- l'Association des Producteurs d'Oeuvres Multimédias ;
- l'Agence Française du Jeu Vidéo.

Il s'agira de travailler avec entre quinze et trente chercheurs et professionnels ; le répertoire sera établi en fonction de ce chiffre, et des contacts seront pris en conséquence. Ce travail doit également permettre le repérage (non exhaustif) d'un certain nombre de sites Internet (comportant des forums) sur lesquels il serait possible de poster des questionnaires ; en effet, un certain nombre de ces sites constituent des plates-formes incontournables pour les professionnels du multimédia, et devront à cet égard être étudiés en eux-mêmes.

### 3.2.2. Prises de contact

À l'issue de ce travail de repérage, des contacts devront être pris avec les chercheurs, les professionnels et les artistes. Le groupe a déjà rencontré Alexis Blanchet, chercheur associé à la BnF, qui n'est pas encore un usager de la salle P, mais qui participe dans le cadre de ses recherches à l'Observatoire des mondes numériques en sciences humaines et sociales, et a ainsi fourni des contacts de chercheurs en sciences humaines travaillant sur les jeux vidéo en général. Dans la mesure du possible, on tentera de répartir les contacts et les entretiens entre les différents groupes concernés (chercheurs, étudiants des universités ou d'écoles, professionnels, journalistes, artistes) de manière équitable, afin de ne surestimer aucun groupe.

### 3.2.3. Entretiens semi-directifs et questionnaires quantitatifs

La méthodologie adoptée pour étudier les pratiques de travail de ces individus est double :

- l'essentiel du travail consistera en entretiens semi-directifs menés avec les personnes contactées acceptant de participer à l'étude. L'approche qualitative semble en effet être la plus à même de nous fournir des informations sur des pratiques très variées et qu'on ne connaît que peu. Ces entretiens seront majoritairement réalisés dans la région parisienne, au cours de la deuxième semaine de stage ; des entretiens pourront également être menés par téléphone, suivant les disponibilités des personnes contactées ;

- ce travail sera complété par l'envoi de questionnaires sur plusieurs sites Internet dans le cadre d'une approche quantitative. Ces questionnaires ne seront cependant pris en compte que dans la mesure où les réponses atteindront un nombre suffisant : un minimum de cinquante réponses semble nécessaire pour une exploitation intéressante de ce type d'enquêtes.

Enfin, l'observation en salle P sera laissée de côté, dans la mesure où ce public est pour le moment peu présent ; ce sont en outre les pratiques de travail des chercheurs et des professionnels hors de la salle qui intéressent le commanditaire. Néanmoins, des versions papier du questionnaire seront laissées à disposition des lecteurs de la salle P, afin de mieux cerner le profil des utilisateurs déjà présents.

### 3.3. **Dépouillement et analyse des résultats, présentation de scénarios**

Ces résultats devront être dépouillés, comparés et analysés. Ce travail ne pourra intervenir qu'après la deuxième semaine de stage, et la collecte d'un nombre d'entretiens suffisant. Il conviendra de comparer les résultats obtenus par le biais des différentes sources de renseignement, dans la mesure où elles sont complémentaires : ce travail permettra de pallier les déficits liés à certains types de sources (en particulier si le questionnaire posté sur des forums ne rencontrait qu'un écho trop peu important pour être analysé en lui-même). Il sera ensuite possible de réfléchir aux problématiques suivantes :

- quelles sont les pratiques de travail des chercheurs et des professionnels du multimédia ?

- auraient-ils des raisons de consulter le fonds de la BnF ?

- l'offre de consultation de la BnF en matière de multimédia est-elle adaptée à ces pratiques de travail ?

Sur la base des résultats obtenus, le groupe présentera trois scénarios au commanditaire, scénarios destinés à adapter l'offre de consultation du service Multimédia en salle P aux pratiques de travail des chercheurs et des professionnels du multimédia.

## 4. Gantt prévisionnel

Diagramme de Gantt prévisionnel																											
		janvier		février				mars					avril				mai				juin			juillet			
semaines 2006		3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
A1	choix du projet	■																									
A2	rencontre commanditaire	■																									
B1	plan d'action du 1 <sup>er</sup> stage			■																							
B2	<b>1<sup>er</sup> stage</b>				■																						
B3	préparation des grilles				■	■	■	■																			
B4	préparation du questionnaire				■	■	■	■	■																		
B5	autoformation à Sphinx					■	■	■																			
B6	document du CP1: rédaction					■	■	■																			
B7	<b>1<sup>er</sup> comité de pilotage</b>								■																		
C1	diffusion du questionnaire								■	■	■	■	■	■	■	■	■										
C2	contacts entretiens									■	■	■															
C3	plan d'action du 2 <sup>e</sup> stage										■																
C4	<b>2<sup>e</sup> stage</b>											■															
C5	entretiens											■	■	■	■	■	■										
C6	retranscription													■	■	■	■	■									
C7	analyse des entretiens																	■	■								
C8	analyse des questionnaires																		■	■							
D1	recherche des scénarios																										

D2	document du CP2																		
D3	<b>2<sup>e</sup> comité de pilotage</b>																		
E1	approfondissement du scénario																		
E2	document du CP3																		
E3	<b>3<sup>e</sup> comité de pilotage</b>																		
F1	rédaction du mémoire																		
F2	préparation de la soutenance																		
F3	soutenance																		

## 5. Budget prévisionnel

	Unités	Coût unitaire (€)	Dépenses (€)
<b>Coûts salariaux</b>			
Prise de contact avec le commanditaire	40 heures	18,65	746
Premier stage	200 heures	18,65	3 730
Second stage	200 heures	18,65	3 730
Comités de pilotage	27 heures	18,65	503,55
Travail du groupe en équipe	195 heures	18,65	3 636,75
Travail supplémentaire du groupe	195 heures	18,65	3 636,75
<b>Sous-total</b>			<b>15 983,05</b>
<b>Coûts des déplacements</b>			
Rencontre avec le commanditaire	5 allers-retours	117,40	587
Transports / 1 <sup>er</sup> stage	5 allers-retours	117,40	587
Transports / 2 <sup>e</sup> stage	5 allers-retours	117,40	587
Transports / 1 <sup>er</sup> comité de pilotage	3 allers-retours	117,40	352,20
Transports / 2 <sup>e</sup> comité de pilotage	3 allers-retours	117,40	352,20
Transports / 3 <sup>e</sup> comité de pilotage	3 allers-retours	117,40	352,20
Transports par la RATP	13 carnets	10,70	139,10
Indemnités de stage	64 jours	8,82	564,48
<b>Sous total</b>			<b>3 521,18</b>
<b>Total</b>			<b>19 504,23</b>

**Coûts salariaux :**

Le volume horaire est estimé pour chaque élève conservateur à 144 heures. Le point d'indice brut mensuel est de 4,48 euros au 1<sup>er</sup> janvier 2006. L'indice brut mensuel étant de 369 pour trois élèves conservateurs, 377 pour le quatrième et 394 pour le cinquième, le coût horaire brut est évalué à 18,65 euros par personne (charges patronales incluses).

**Coûts des déplacements :**

Tarifs SNCF : 117,40 euros (aller-retour au tari normal de Lyon à Paris)

Tarif RATP 1 carnet : 10,70 euros (2 zones sur Paris)

**Indemnités de stage :**

Base du taux : 8,82 euros

## ***Partie 2 : Compte-rendu du premier comité de pilotage***

Étaient présents à ce premier comité de pilotage du 9 mars 2006 :

- Trois membres du groupe projet (David Benoist, Marion Chaigne et Gilles Verneuil) ;
- Alexis Blanchet, chercheur associé à la BnF ;
- Alain Carou, responsable du service Images animées ;
- Catherine Cyrot, tutrice du groupe ;
- Marie Faucheux-Saladin, chargée de collection à la section documents électroniques ;
- Grégory Miura, responsable du service Multimédia de la BnF et commanditaire du projet ;
- Romuald Ripon, responsable de la délégation à la stratégie.

### **1. Présentation du groupe projet**

Conformément à l'ordre du jour, le groupe projet a d'abord pris la parole pour présenter sa mission en trois points (pour plus de précisions, se reporter aux informations contenues dans le document du premier comité de pilotage (DCP1) envoyé aux membres du comité avant la réunion) :

- analyse de l'existant et travail d'observation effectué jusqu'au 9 mars ;
- définition de la prestation ;
- méthodologie adoptée et déroulement du projet ENSSIB.

#### **1.1. Analyse de l'existant et travail d'observation**

Sont brièvement rappelées les tâches déjà réalisées par le groupe projet :

- Découverte du service Multimédia et de son fonctionnement, le 19 janvier 2006 puis lors de la première semaine de stage sur place (6-11 février). Entretiens avec Grégory Miura et différents membres du service ;

- Dépouillement et exploitation des données statistiques existantes (Bibliographie nationale et statistiques émanant du département Audiovisuel) ;
- Analyse de la documentation :
  - Interne au service : rapport 2004 du CREDOC sur le département Audiovisuel ;
  - Externe, rassemblée par le groupe projet : ouvrages de méthodologie et études de chercheurs ; mémoire de l'ENSSIB sur la salle B.

## **1.2. Définition de la prestation**

Les objectifs de la lettre de mission sont évoqués, à savoir l'étude des pratiques et des besoins du public des documents multimédias ; les documents multisupports étant exclus de l'étude, pour raisons de simplicité.

On précise la composition de ce public potentiel, telle qu'on a pu l'identifier : chercheurs et étudiants dans le domaine du multimédia, professionnels du secteur (éditeurs, développeurs, graphistes, etc.), mais aussi journalistes et artistes. Deux types de lecteurs ne seront pas traités : ceux qui viennent en salle P pour des pratiques de détente après une journée de travail dans une autre salle ; ceux qui manipulent des documents multimédias pour leur contenu, sans s'intéresser au média lui-même.

Une fois l'étude des publics réalisée, le groupe projet proposera trois scénarios pour améliorer l'adéquation entre les besoins des publics et l'offre de la salle P.

## **1.3. Méthodologie adoptée et déroulement du projet**

Après étude de la documentation (interne et externe), le groupe va se livrer à une enquête auprès des publics concernés, par le biais d'entretiens semi-directifs et de questionnaires.

Est enfin rappelée la chronologie du projet et ses différentes étapes.

## 2. Questions ouvertes

Dans un deuxième temps, les membres du comité de pilotage ont tour à tour émis des remarques concernant la présentation du groupe projet, dans l'ordre suivant :

### **Romuald Ripon**

Romuald Ripon se félicite de l'abondante documentation collectée par le groupe. Il signale deux études complémentaires : un travail effectué pour la BPI sur les cédéroms (déjà consulté par le groupe, qui l'avait téléchargé sur Sharepoint) et une publication du département des Études du ministère de la Culture, sur le métier de concepteur de jeux vidéo.

En plus des entretiens « exploratoires », il propose également d'insérer l'observation dans la méthodologie, celle-ci pouvant être effectuée non en salle P, mais avec les chercheurs interviewés, à la fin des séances d'entretien (on demande à l'interviewé de manipuler un jeu ou un logiciel comme il le ferait pour son étude). Cela permettrait de confronter le discours des chercheurs sur leurs pratiques, et leurs pratiques effectives, un décalage intéressant pouvant exister.

Romuald Ripon insiste également sur le fait que les scénarios risquent de porter plutôt sur les services (problèmes d'accès et d'accueil à la BnF) que sur l'offre documentaire, qui existe déjà largement en salle P ; Grégory Miura ajoute que si l'offre documentaire est déjà présente, rien n'empêche de prévoir des acquisitions complémentaires, et pas seulement des livres (cf. les vidéos qui correspondent bien à la non-linéarité des documents numériques).

Enfin, une vingtaine d'entretiens semble un maximum à atteindre dans la mesure du temps disponible. Romuald Ripon conseille au groupe de ne pas hésiter à rajouter davantage de questions ouvertes dans les questionnaires, qui seront alors plus riches d'enseignements même si les réponses y sont peu nombreuses.

### **Alexis Blanchet**

Alexis Blanchet souligne une nouvelle fois que le groupe projet risque d'être confronté plus souvent à des chercheurs travaillant sur les utilisateurs de jeux vidéo qu'à des chercheurs sur les jeux vidéo en eux-mêmes. Il faudra donc prendre

garde à cette nuance. Le nombre de vingt entretiens lui paraît ambitieux. Il pourra, concernant les entretiens d'artistes, fournir de nouveaux contacts au groupe projet.

Il insiste également sur le fait que beaucoup de chercheurs risquent d'être intéressés par le phénomène des « jeux en ligne massivement multijoueurs » ; Grégory Miura précise que cela ne pose pas forcément problème, dans la mesure où la collecte du dépôt légal d'Internet sera bientôt effective et où la BnF commence à réfléchir à la récupération de ce type d'objets.

En outre, pour Alexis Blanchet, il convient de marquer plus nettement le lien entre questionnaire et entretien (lien entre « quantitatif » et « qualitatif »), de définir pourquoi chaque type d'enquête est réalisé. Le questionnaire devrait être réévalué maintenant que la grille d'entretien a bien évolué, ajoute Catherine Cyrot.

Alexis Blanchet rappelle que le chercheur est un type d'interviewé particulier, qui « aime souvent s'écouter parler » : ainsi, les membres du groupe projet réalisant des entretiens auprès de chercheurs ne devront pas hésiter à les recadrer pour qu'ils répondent bien aux questions. Comme Romuald Ripon, il rappelle l'opportunité d'observer des chercheurs au travail. De même, les journalistes ne doivent pas être oubliés.

Enfin, il propose de s'intéresser également aux étudiants qui, dans le cadre de leur master, travaillent déjà sur le jeu vidéo et risquent, s'ils décident de continuer sur ce sujet en thèse, de se trouver confrontés aux problèmes de légitimité de l'objet. Ils constituent en effet le futur public potentiel de la salle P. À ce propos, il convient de faire attention aux dates des entretiens, qui risquent de tomber durant les vacances scolaires. Il signale à l'attention du groupe le site Internet de l'IGDA, site de développeurs dont les antennes françaises sont situées à Paris et Lyon, ce qui permettra d'effectuer des entretiens dans ces deux villes.

### **Marie Faucheux-Saladin**

Marie Faucheux-Saladin estime que le travail du groupe est bien avancé. Elle s'annonce prête à fournir des contacts d'artistes multimédias. Elle ajoute que l'important n'est pas forcément de contacter un grand nombre de personnes, mais de contacter des personnes bien choisies.

## Alain Carou

Pour Alain Carou, il importe de s'interroger sur l'ancienneté des documents étudiés par les publics : s'agit-il d'objets anciens ou récents par rapport à ce que contient la collection de la BnF ? En effet, cette question a un impact direct sur les problèmes de consultation des documents, dès aujourd'hui mais aussi pour plus tard.

La question de l'émulation lui semble primordiale : il est évident que cette solution va se présenter assez rapidement dans le cadre des scénarios du groupe projet. Cependant, pour que le travail du groupe ait une réelle utilité pour la BnF, il faudra comparer les avantages et les désagréments d'une telle solution et évaluer en particulier les inconvénients en termes de coût de temps et d'organisation, ainsi que les inconvénients pour les chercheurs qui perdraient la possibilité de consulter le document sous la configuration d'origine. On envisagera d'émuler un jeu sur PC et de proposer deux séances de travail à un chercheur : l'une avec le jeu émulé, l'autre avec la console originale, afin de comparer la façon de travailler.

En outre, la question du travail sur les images est-elle importante et intéresse-t-elle les chercheurs ?

Alain Carou ajoute enfin plusieurs remarques concernant plus directement le DCP1. Il est nécessaire d'expliquer que les différences entre les offres de consultation de l'INA et de la BnF sont dues au fait que l'INA constitue ses propres fonds, au contraire de la BnF qui reçoit des supports envoyés au dépôt légal. En ce qui concerne les statistiques exploitées par le groupe, il serait intéressant de connaître la part des jeux vidéo dans la consultation. De même, les réflexions de la page 11<sup>8</sup> manquent un peu de clarté.

Un public potentiel que le groupe n'a pas mentionné lui semble pourtant important, celui des chercheurs amateurs et des passionnés, que l'on peut retrouver sur des sites comme MO5.com, ou silicium.org.

Il précise qu'il ne faudra pas aborder la question des multisupports avec les publics potentiels rencontrés. En effet, ce point reflète la stricte organisation interne de la BnF et n'est pas forcément compréhensible pour des gens extérieurs. Grégory Miura abonde en ce sens : les multisupports ne doivent pas être exclus de prime abord, même s'ils n'intéressent pas forcément la BnF dans le cadre de ce

travail. Le groupe projet ne devra pas segmenter le public étudié en fonction des découpages terminologiques de la BnF.

Concernant les statistiques, Alain Carou précise que le chiffre de 80 000 s'applique à l'ensemble des documents électroniques du service ; ces documents comprennent 50 000 documents composites, et 30 000 documents électroniques. Enfin, selon lui il est abusif de parler de « surexploitation » des documents vidéos ; Grégory Miura ajoute qu'il ne cherche pas à établir un niveau minimal de consultation à atteindre : il se pose simplement la question du public qui existe, mais qu'on ne voit pourtant pas à la BnF.

### **Grégory Miura**

Pour Grégory Miura, il est nécessaire de faire un choix de terminologie entre les termes « support », « média » et « documents », choix qui devra être respecté dans les divers types d'enquêtes menées.

En ce qui concerne la répartition des collections, les chiffres obtenus grâce à la Bibliographie nationale ne sont bien sûr qu'un élément d'appréciation ; comme l'a souligné le groupe, il s'agit du nombre de notices cataloguées pour une année et non du nombre de documents entrés en un an ; de même les périodiques et les bases de données n'apparaissent pas dans ces chiffres, ce qui gonfle artificiellement la part des jeux vidéo. En effet, la classification de la Bibliographie nationale ne permet pas de ranger les documents dans deux catégories à la fois : or dans quel genre placer par exemple un logiciel d'histoire ? Toute une série de documents sont ainsi classés par discipline alors qu'il s'agit en réalité d'objets multimédias. Le jeu vidéo, lui, ne peut être dissocié, ce qui explique sa surreprésentation. Les autres documents ne sont donc pas à négliger, et le jeu vidéo ne doit pas masquer le reste.

Enfin, Grégory Miura a apprécié la volonté du groupe d'établir un répertoire de personnes à contacter, de même que la complémentarité envisagée entre entretien et questionnaire. Concernant la documentation complémentaire, les propositions du questionnaire et de la grille d'entretien pourraient être plus ouvertes, par exemple en mentionnant Internet ou d'autres ouvrages.

---

<sup>8</sup> Cette page se trouve désormais à la page 17 de ce mémoire.

### **3. Conclusion**

Catherine Cyrot conclut la réunion en annonçant qu'elle va discuter avec le groupe projet des conclusions à tirer de ce premier comité de pilotage. Le groupe doit dans les prochains jours envoyer un mail à Alexis Blanchet et à Marie Faucheux-Saladin pour obtenir de nouveaux contacts. Enfin, une nouvelle version du questionnaire sera transmise rapidement à Romuald Ripon et Grégory Miura afin d'avoir leur avis avant validation définitive et premier envoi vers des forums.

## ***Partie 3 : Document du deuxième comité de pilotage***

### **1. Présentation de l'enquête menée**

Comme nous l'avions annoncé lors du premier comité de pilotage, notre enquête s'est déployée dans deux directions : nous avons d'une part mené une série d'entretiens semi-directifs, et d'autre part mis en ligne un questionnaire dont nous avons diffusé l'adresse via des mails ciblés et des posts sur des forums.

#### **1.1. Une approche quantitative : un questionnaire en ligne<sup>9</sup>**

Le questionnaire a été réalisé à l'aide du logiciel Sphinx qui enregistre et traite automatiquement les réponses ; il a été mis en ligne le 5 avril dernier. Afin de solliciter des réponses, nous avons adressé des courriers électroniques à près de 350 personnes, tirant profit de l'annuaire (succinct) du monde du multimédia français que nous travaillions à constituer depuis plusieurs semaines ; nous avons réalisé cet annuaire à partir des contacts fournis par Grégory Miura et Alexis Blanchet, et en cherchant sur Internet à partir des sites principaux consacrés aux jeux vidéo et au multimédia. Cet annuaire contient essentiellement les contacts de chercheurs, de formateurs et d'écoles, de journalistes, de professionnels. Nous avons également posté des messages sur 16 forums de discussions tournant autour du monde du multimédia<sup>10</sup>.

Il nous a semblé préférable de proposer deux versions légèrement différentes de ce questionnaire, l'une ne portant que sur les jeux vidéo, l'autre sur l'ensemble des documents électroniques non ludiques. En effet, certaines questions n'avaient de sens qu'en rapport aux jeux. En outre, le fait d'énumérer systématiquement les différentes sortes de documents multimédias, de multiplier les questions adressées uniquement à un type de personnes, ou portant sur un seul type de documents, dans un questionnaire déjà

---

<sup>9</sup> Le questionnaire est disponible en annexe 5 de ce document.

<sup>10</sup> La liste de ces forums est disponible en annexe 6.

long et relativement complexe, rendait la lecture difficile et risquait de décourager nos enquêtés.

Nous avons donc mis en ligne ces deux versions et choisi d'envoyer un lien pointant vers l'un ou l'autre selon que le public du forum ou le destinataire du mail s'intéressait aux jeux vidéo ou à d'autres sortes de produits multimédias. Ce choix s'est avéré par la suite judicieux : il est en effet assez facile de différencier ces deux sortes de publics, et au cours de notre exploration du monde du multimédia français, nous avons rencontré peu de personnes ou d'organisations qui travaillaient à la fois et dans la même mesure sur les jeux vidéo et sur les autres documents multimédias. Cette séparation dans la saisie des réponses n'interdit de plus nullement un traitement global : la plupart des questions restant communes aux deux versions, si ce n'est dans leur formulation pour les enquêtés, du moins dans ce qu'elles visent, il est aisé d'additionner les deux groupes de réponses pour obtenir des chiffres valables sur l'ensemble des documents multimédias.

Les deux versions du questionnaire comprenaient une quarantaine de questions, portant sur le profil de l'enquêté, son cadre et ses pratiques de travail, ses pratiques documentaires, et sa connaissance de la BnF et de ses services.

Au 27 avril, 120 séries de réponses ont été enregistrées, 95 pour le questionnaire sur les jeux vidéo, et 25 pour l'autre. Nous avons donc d'ores et déjà atteint une quantité appréciable de réponses, suffisante pour tirer quelques premières conclusions.

## **1.2. Une approche qualitative : des entretiens semi-directifs<sup>11</sup>**

Parallèlement à ce travail, nous avons mené 23 entretiens avec des personnes que nous avons identifiées comme des usagers potentiels de la salle P. Ces personnes appartiennent à quatre grandes catégories :

- les chercheurs : nous avons rencontré sept personnes travaillant dans des disciplines diverses (sémiologie, psychologie, sciences de l'information et de la communication, biomécanique...), doctorants pour la plupart ;
- les professionnels : six entretiens ont été menés, avec des personnalités de l'industrie du multimédia tels que Nicolas Gaume ou Alexis Lang (game

---

<sup>11</sup> La grille d'entretien est retranscrite en annexe 3 tandis qu'une sélection d'entretiens figure en annexe 4.

designer chez Kheops), mais aussi des infographistes indépendants par exemple ;

- les formateurs et étudiants en écoles multimédias : trois enseignants nous ont accordé des entretiens, et nous avons rencontré quatre étudiants (un entretien individuel et un collectif) ;
- et enfin des artistes (deux), des journalistes (deux) et le président d'une association de collectionneurs.

Ces entretiens ont été menés dans la presque totalité des cas par deux d'entre nous ; ils ont été enregistrés et ont duré entre 40 minutes et deux heures. Nous nous sommes appuyés pour nos questionnements et relances sur la grille d'entretien que nous avons rédigée et présentée lors du premier comité de pilotage ; nous avons ainsi abordé avec chacun de nos enquêtés les points suivants :

- activité et / ou domaine de la recherche,
- cadres et pratiques de travail,
- besoins documentaires et sources d'approvisionnement,
- connaissance de l'offre de la BnF et jugements critiques sur ses services et ressources, suggestion de solutions alternatives.

Certains entretiens ont été retranscrits intégralement, mais il nous est vite apparu qu'il n'était pas utile, pour notre étude, de disposer du texte exact de leurs propos (notre enquête ne consiste en effet nullement en une quelconque étude du discours ou des représentations, mais vise à collecter des informations factuelles). Nous avons donc opté pour la rédaction de synthèses de quatre ou cinq pages chaque fois, exposant les informations essentielles fournies par l'interviewé et touchant notre sujet, assorties de citations.

### 1.3. Des résultats homogènes

La confrontation des résultats du questionnaire d'une part, des synthèses d'entretiens d'autre part, fait apparaître les points suivants :

- le fonds multimédia de la BnF est effectivement susceptible d'intéresser ce public,
- Internet est un outil incontournable,

- les pratiques d'archivage et l'offre de consultation de la BnF sont largement méconnues voire inconnues des publics.

### 1.3.1. La collection multimédia de la BnF est utile et importante

Dans les questionnaires, à la question « Quand vous travaillez sur un jeu/logiciel, vous arrive-t-il de consulter d'autres produits sortis précédemment ? », plus de 75 % des enquêtés répondent « oui ».

En outre parmi les personnes qui connaissaient l'offre multimédia de la BnF mais ne sont jamais venues la consulter, seules 7 % déclarent que c'est parce qu' « elles n'ont jamais eu besoin de ressources de ce type ».

La grande majorité des personnes que nous avons rencontrées pour des entretiens reconnaît l'intérêt de l'existence de ce fonds, en particulier pour l'avenir. La plus grande partie déclare avoir un intérêt pour l'histoire des documents multimédias.

Les journalistes déplorent la fascination du présent qui caractérise, selon eux, l'univers de la presse spécialisée multimédia, tout en reconnaissant l'importance du mouvement du « *retrogaming* » actuellement ; ils jugent qu'une analyse journalistique de qualité devrait intégrer la référence au passé et ne pas se limiter à la description minimaliste des dernières nouveautés.

Une grande partie des personnes interviewées (chercheurs, journalistes comme professionnels) a insisté sur l'absence de culture patrimoniale qui caractérise le monde du multimédia (spécificité qui pose d'ailleurs problème à la BnF, qui doit sans cesse rappeler aux acteurs de ce monde l'obligation du dépôt légal). Créés par des personnes souvent focalisées sur l'avenir et ses promesses d'évolutions, échappant parfois aux circuits institutionnels, les documents multimédias ont une fâcheuse tendance à disparaître sans laisser de traces.

Une journaliste :

*« [Quel genre de documentation t'intéresserait ?] Des choses sur l'histoire des jeux vidéo... mais il y a des manques dans la production éditoriale pour l'instant. Et c'est difficile, parce que tout ça s'est passé de façon informelle, il n'y a pas de feuilles de paie quand les mecs ont bidouillé ça dans leur garage ! Ou alors les papiers de location du garage... Il n'y a pas grand chose d'écrit, pas de traces. »*

Un enseignant en design graphique et multimédia :

« *Le problème dans le multimédia au niveau des choses qui se font, c'est que cela disparaît. Les archives n'existent pas, par rapport au multimédia. Nous avons commencé ici, je ne sais pas, en 1986 en multimédia. Vous voyez, il y a très longtemps. Je ne m'en rappelle plus. Enfin tout est perdu, absolument perdu. [...] Moi j'ai commencé à faire mes premiers objets multimédias en 1981. Ce qui est vraiment très loin. Je n'ai aucune trace de toute ma production jusqu'à 2000-2003.* »

Plusieurs personnes ont également souligné les problèmes que ne manque pas de poser la rapidité des évolutions techniques en ce domaine : les environnements se transforment d'année et année, et les logiciels anciens ne fonctionnent plus sur les machines récentes.

Il apparaît ainsi important qu'une institution nationale travaille à conserver (physiquement) des documents et des machines : la « rematérialisation » de ce patrimoine sera la garantie de sa conservation.

Un artiste :

« *Les anciennes œuvres numériques ne marchent plus sur les ordinateurs d'aujourd'hui et ne peuvent donc plus être vues chez les particuliers. Les bibliothèques seraient idéalement placées, dans leur mission, pour permettre de voir ces anciennes œuvres sur d'anciens ordinateurs.* »

### 1.3.2. Le monde du multimédia gravite autour d'Internet

Toutes les personnes interviewées, sans aucune exception, mentionnent l'importance cruciale d'Internet pour toute recherche ayant trait au multimédia.

La plupart (sinon la totalité) visitent régulièrement des blogs et des sites Internet (d'associations, d'organisations, d'entreprises, ou des sites personnels) ; nombreux sont ceux qui soulignent l'importance des forums spécialisés pour suivre l'actualité du domaine.

Internet est aussi pour eux la première source d'approvisionnement pour les logiciels et tout particulièrement pour les jeux vidéo. Ils ont tous le réflexe d'aller d'abord sur le Web pour rechercher une information (titre d'un jeu, date d'un logiciel, nom d'un studio de développement, etc.), de la documentation sur un produit multimédia (images, vidéo, démos, etc.), ou pour se procurer un logiciel via des téléchargements.

Au cours de nos entretiens sont revenus presque systématiquement des noms de sites de référence<sup>12</sup>, de sites proposant des émulateurs, de sites d'*abandonware*, et de logiciels de téléchargement en *peer to peer*.

Un journaliste :

*« La réflexion sur le jeu se fait à la fois en jouant (évidemment), en lisant dessus et en discutant avec les gens, et je pense que dans les lectures, la chose importante c'est tout ce qui est accessible sur le Net, tous les débats qui peuvent avoir lieu sur les forums spécialisés qui font beaucoup avancer la réflexion globale des joueurs sur le jeu. C'est pas quelque chose qu'on a eu dans les magazines spécialisés [...].*

*- Tu vas régulièrement sur certains sites ? - Surtout sur les forums en fait. C'est comme si on avait plein de gens qui faisaient de la veille informationnelle pour nous, j'aime bien ! Et j'y participe aussi. Les forums c'est vachement important je pense. »*

Le questionnaire nous apprend que plus de 90 % des enquêtés disposent d'une connexion Internet haut débit à domicile et au bureau.

60 % déclarent télécharger des émulateurs, et près de 70 % téléchargent des « *démos* » (questionnaire jeux vidéo).

À la question « *Où trouvez-vous les jeux vidéo (les logiciels) sortis précédemment et dont vous avez besoin dans votre travail ?* », « *sur Internet* » est la réponse qui revient le plus souvent (avant, dans l'ordre, « *chez moi* », « *chez des amis* », et « *je les achète* »). Enfin, quand on leur demande de quoi ils ont besoin quand ils étudient un jeu, plus de 40 % des enquêtés répondent « *être connecté en permanence à Internet* ».

### 1.3.3. On ne sait pas qu'il y a des documents multimédias à la Bibliothèque nationale de France.

Parmi notre échantillon, peu connaissaient l'existence du fonds multimédia de la BnF. Nos explications ont maintes fois suscité de la surprise voire l'ébahissement, en particulier pour ce qui est des jeux vidéo. Comme le notaient déjà les enquêteurs du CREDOC en 2004, il semble que l'image que le public se fait de la BnF soit contradictoire avec la présence de tels produits culturels ludiques.

---

<sup>12</sup> Ces sites de référence sont répertoriés en annexe 8.

Ceux qui étaient au courant de cette activité de la Bibliothèque nationale de France ne l'étaient que depuis peu, en général suite à des journées d'études organisées par le département. Mais même parmi ceux-là, seule une personne avait fait la démarche de venir consulter comme usager des documents électroniques dans la salle P. Les autres ne savaient que peu de choses sur la procédure de consultation, les contraintes, les services et l'offre proposés. Le catalogue en ligne est lui aussi très peu connu ; nous avons pourtant souvent noté, suite à nos explications sur le contenu de la base BN Opale Plus et les possibilités de recherche par filtres, une grande curiosité et un vif intérêt de la part de nos enquêtés.

Le président d'une association de collectionneurs qui conserve les anciennes machines :

*« Ce dont je suis sûr, c'est qu'il y a un gros problème de communication entre la BnF et la communauté des collectionneurs, et également celle des ex ou futurs conservateurs du patrimoine qui sont intéressés par ce domaine, parce qu'il y en a quelques-uns dans le milieu. Des collectionneurs, des chercheurs, des éditeurs, des gens qui travaillent dans le milieu des jeux vidéo, des écrivains... Tout ces gens communiquent beaucoup, sont très liés, via des forums, etc. Lorsque j'ai créé ce partenariat avec la BnF, je me suis aperçu que le fonctionnement même de la BnF était totalement inconnu des collectionneurs et de toutes ces communautés-là. »*

Les réponses au questionnaire montrent que les deux tiers des enquêtés ne connaissaient pas l'existence du fonds multimédia (tandis qu'un peu moins de 30 % déclarent le connaître mais n'y avoir jamais eu recours).

Tout ceci nous amène à penser que la BnF gagnerait à communiquer de façon beaucoup plus claire et massive sur les collections multimédias (et en particulier sur le fonds de jeux vidéo, le moins connu et le plus iconoclaste du point de vue du public) et sur les services offerts.

En dehors de ces trois points essentiels, nombre d'éléments intéressants sont apparus dans notre enquête.

Nous notons par exemple qu'une grande majorité des personnes travaillant dans le multimédia, que ce soit à titre de chercheurs, de professionnels ou de futurs professionnels, d'enseignants ou de journalistes se définissent avant tout comme des passionnés, et ce particulièrement quand ils œuvrent dans le domaine des jeux vidéo.

Ainsi plus de 90 % des personnes qui ont répondu au questionnaire « jeux vidéo » déclarent ne pas établir de frontière claire entre leurs pratiques de loisirs et leurs pratiques de travail quand il s'agit des jeux, et une nette majorité affirme travailler à la fois chez elle et au bureau. Dans le même ordre d'idées, l'une des journalistes interrogés nous a déclaré : « *En fait les journalistes de jeux vidéo ne sont pas journalistes : ils sont joueurs. Et ils ont la chance de pouvoir écrire dessus, et d'être payés pour ça. Mais à la base ils sont joueurs avant d'être journalistes. Ça fait partie des spécificités du métier.* »

Ce point doit selon nous nécessairement être pris en compte dans les modalités particulières de consultation que la BnF offre à ce public.

#### **1.4. Trois directions proposées pour le changement**

Nous avons réfléchi à l'élaboration de trois scénarios de changement, susceptibles de mettre en valeur le fonds patrimonial de documents multimédias de la BnF.

Au cours de notre étude, à la fois lors du travail exploratoire que nous avons mené en janvier pendant notre première semaine de stage, et lors de l'enquête proprement dite et du dépouillement de ses résultats, il nous est apparu qu'au sein des documents électroniques sur supports, les jeux vidéo étaient ceux qui posaient le plus problème.

En effet, ce sont les documents dont la présence surprend le plus au sein d'une institution telle que la BnF, et qui sont les plus éloignés de la culture légitime qu'elle est pour beaucoup censée incarner. Ce sont aussi les documents dont le mode de consultation diffère le plus de la consultation livresque, et qui sont susceptibles de créer le plus de désordre. On peut penser du public potentiel des jeux vidéo, enfin, qu'il est le plus étranger aux pratiques traditionnelles des lecteurs assidus de bibliothèques.

Ainsi, bien que ces documents ne représentent que 30 % environ du fonds total sur lequel portait notre étude, nous leur avons accordé une place privilégiée dans la conception de nos scénarios de changement. D'une certaine manière, les jeux vidéo posent avec le plus d'acuité des problèmes qui concernent aussi (mais dans une moindre mesure) les autres documents multimédias ; aplanir les difficultés liées aux jeux vidéo, c'est dans le même temps résoudre les problèmes qui concernent l'ensemble du fonds multimédia.

En outre, le public potentiel des jeux vidéo a été pour nous beaucoup plus facile à identifier et à contacter que celui des logiciels non ludiques (les artistes, par exemple, se sont montrés assez réticents à nous rencontrer, et le seul entretien que nous ayons réussi à obtenir s'est fait par écrit, via des mails).

Notre présentation s'articulera en cinq parties. Dans un premier temps nous exposerons un certain nombre de mesures qui nous semblent incontournables, et qu'il serait bon de mettre en place quel que soit le scénario finalement privilégié. Relativement faciles à organiser, ces modifications donneront à chacun des scénarios toute l'efficacité attendue.

Après quoi nous détaillerons les trois scénarios de changement que nous avons imaginés.

Le premier scénario consiste à parier sur la communication : il vise à faire vivre et faire voir les fonds, de la manière la plus diverse possible.

Le deuxième scénario a pour objectif une amélioration conséquente des modalités de consultation en salle P, à travers des changements dans l'organisation de l'espace et l'offre de services.

Le troisième scénario joue la carte d'Internet : il consiste à tirer pleinement les conséquences du rôle éminent d'Internet dans les pratiques de travail des acteurs du monde multimédia, qui ressort de notre enquête, et propose d'offrir un maximum de services à distance, via le web.

Pour chaque scénario nous détaillerons non seulement les mesures à mettre en œuvre mais aussi les objectifs visés de façon prioritaire, les délais supposés de réalisation, les moyens nécessaires, les avantages et les contraintes.

Dans une cinquième et dernière partie nous présenterons une synthèse des points positifs et négatifs de nos trois propositions. En aidant à la comparaison, cette synthèse permettra la confrontation des avantages et inconvénients des différents scénarios possibles, et facilitera ainsi, nous l'espérons, la prise de décision.

## **1.5. Les préalables**

Chaque scénario est bien entendu très spécifique et propose ses propres modalités d'exécution. Cependant il existe des principes d'accompagnement transversaux qui

doivent être communs à tous les scénarios. Ces propositions de base sont envisagées comme préalables à la mise en place des scénarios.

Quatre mesures préalables s'imposent :

La première concerne **le développement de la communication** autour de la salle P et de son fonds multimédia. En effet, la plus grande partie des personnes interrogées avoue ne pas connaître l'existence de ces collections électroniques issues du dépôt légal :

- dans un premier temps, il semble nécessaire de mettre en place des partenariats Internet. Cette mesure s'impose ainsi comme la réciproque des signets actuellement disponibles sur le site de la BnF qui répertorient les sites Web incontournables en matière de multimédia notamment<sup>13</sup>. Ainsi, la BnF pourrait présenter ses collections multimédias aux professionnels du domaine par le biais de sites et de forums spécialisés. Ces sites permettraient, grâce à des liens hypertextes, d'accéder au catalogue BN Opale Plus ;

- en outre, cet effort en matière de communication mettrait l'accent sur la consultation de documents disponibles sur tous types de supports dans la salle P. En effet, de nombreux professionnels signalent l'intérêt d'enrichir leurs consultations multimédias par le visionnage d'un film, la lecture d'un livre, d'un magazine...

La deuxième mesure s'attache à la **possibilité d'une réservation à distance**, par le biais du catalogue, de tous les documents que le lecteur souhaite consulter lors de sa visite en salle P. Ainsi, cela permettrait un gain de temps non négligeable pour des professionnels qui avouent avoir un emploi du temps très chargé et pour lesquels une journée d'études à la BnF est difficilement envisageable.

La troisième mesure concerne **la connexion à Internet depuis les postes consacrés à la consultation des documents multimédias**. En effet, aujourd'hui, seuls les postes de consultation du catalogue permettent la connexion à Internet. Certaines personnes interrogées soulignent l'intérêt d'associer à leur visionnage de documents multimédias le recours à Internet dans le cadre de leur recherche. Ainsi un étudiant

graphiste à l'Ensad explique qu'il débute chacune de ses recherches par un dépouillement des informations disponibles sur Internet. De même, un psychologue clinicien travaillant sur l'addiction aux jeux vidéo nous dit fréquenter beaucoup de forums, de sites et de blogs de joueurs sur Internet.

La quatrième mesure est liée à **amélioration minimale du catalogue**. Dans le catalogue en ligne BN Opale Plus, la **rubrique « Documents audiovisuels »** accessible grâce à l'onglet « Recherches spécifiques » est assez peu visible. L'amélioration du catalogue doit donc évoluer vers une plus grande mise en valeur de cette entrée.

## 2. **Scénario 1 : *Party Time* ou la valorisation des fonds à travers la communication et l'animation**

Quels que soient nos interlocuteurs (chercheurs, étudiants, artistes ou professionnels du multimédia et des jeux vidéo) rencontrés lors des entretiens, tous ont regretté l'absence d'information (ou sa diffusion irrégulière) concernant le contenu des collections multimédias de la BnF et les actions programmées autour de ce fonds patrimonial. Par ailleurs, parmi ceux qui connaissent l'existence des fonds multimédias, quelques-uns nous ont avoué tout ignorer de l'offre documentaire annexe (journées d'étude, signets de la BnF, recherche spécifique des documents audiovisuels sur BN Opale Plus). À l'évidence, les entretiens révèlent que les fonds patrimoniaux multimédias sont méconnus tant de la part des usagers réels que des usagers potentiels.

### 2.1. **Objectifs**

Ce scénario a pour ambition de remédier à la méconnaissance des collections multimédias chez les usagers réels ou potentiels. L'objectif prioritaire de ce scénario est d'organiser la communication vers les divers publics de la BnF pour les informer du contenu des collections de la salle P et de la nature des services annexes.

---

<sup>13</sup> Ces signets sont accessibles depuis l'onglet « Catalogues et bibliothèques numériques » sur le site de la BnF.

Outre ce volet axé sur la communication, ce scénario met en œuvre une stratégie de programmation culturelle qui s'appuie sur les fonds patrimoniaux multimédias. Ce second objectif, conçu pour donner une valeur ajoutée à ces collections, cherche à rendre attractive la salle P auprès des publics potentiels.

## **2.2. Moyens/méthodologie**

Ce scénario s'articule autour des trois actions suivantes :

- Constituer un annuaire,
- Nouer des partenariats,
- Organiser des événements.

### **2.2.1. Constitution d'un annuaire**

La définition de la prestation validée lors du premier comité de pilotage prévoit de réaliser un annuaire rassemblant les adresses électroniques de professionnels (journalistes, formateurs en infographie, créateurs de jeux vidéo, artistes) et de chercheurs (universités, laboratoires, étudiants de 3<sup>e</sup> cycle). Cet annuaire initié par le groupe projet, et enrichi à un rythme régulier sur le long terme, permettrait de diffuser une lettre d'information électronique. Les publics potentiels et réels pourraient ainsi être informés tant des modifications de l'offre documentaire et des services de la salle P que des animations (expositions, journées d'étude, colloques) en liaison avec le fonds multimédia.

### **2.2.2. Les partenariats**

Le partenariat est conçu autour de la notion de publics cibles. Dans ce schéma de marketing différencié, la mise en œuvre d'opérations de partenariats répond aux besoins documentaires de publics potentiels. Il s'agit d'établir une relation privilégiée entre la BnF et ces publics en leur proposant une offre documentaire et des services spécifiques. Par le biais de cette segmentation du public potentiel, le public global de la salle P pourrait devenir moins homogène.

Le premier partenariat consisterait à proposer des services spécifiques à destination des écoles professionnelles dans le secteur du jeu vidéo et de l'infographie. Ces établissements souffrent de la quasi absence de lieux internes d'archivage de produits numériques de l'édition. De même, les travaux des

étudiants sont conservés avec difficulté. Dans ces conditions, ce partenariat viserait à procurer aux étudiants une culture du numérique en les sensibilisant aux vertus patrimoniales des collections multimédias de la salle P. Outre des visites de cette salle, des travaux dirigés pourraient être mis en place. La conservation et la communication de mémoires et thèses entreraient par ailleurs dans le cadre de ce partenariat.

Deuxièmement, l'établissement d'un partenariat avec les éditeurs de produits numériques aurait deux effets. Primo, les professionnels de l'édition numérique découvrirait les collections multimédias patrimoniales. Secundo, ce partenariat inciterait ces entreprises à déposer leur documentation professionnelle interne pour enrichir l'offre documentaire de la salle P. Or, ces documents techniques, tels que les *gamedocs*, prémices des jeux vidéo, intéressent les chercheurs et les étudiants. Autant de nouveaux dépôts qui, avec les travaux des étudiants, enrichiraient les collections de la BnF, conformément au programme d'actions 2004-2007 de la BnF.

Troisièmement, la visibilité des arts numériques serait étendue grâce à un partenariat conclu avec les institutions muséales d'art contemporain. Au premier rang de ces institutions figurent le Musée national d'art moderne du Centre Georges-Pompidou, le Fonds national d'art contemporain et le Palais de Tokyo. Les deux premières constituent des collections comprenant des supports numériques. La *Collection Nouveaux Médias* du Musée national d'art moderne compte à ce jour mille deux cents œuvres numériques (bandes vidéo, bandes sonores) et rassemble depuis 1996 une collection de cédéroms et sites Internet d'artistes<sup>14</sup>. Le Palais de Tokyo se consacre la diffusion de l'art numérique. Une politique commune entre ces trois établissements et la BnF conduirait à programmer non seulement des expositions rétrospectives couvrant le dernier tiers du XX<sup>e</sup> siècle mais aussi des projections audiovisuelles, des rencontres ou des hommages autour des artistes et de leurs œuvres. Cette orientation comblerait une

---

<sup>14</sup> Oeuvres de Zoe Beloff, Martin Le Chevallier, Chris Marker, ou Alberto Sorbelli.

lacune en matière de culture artistique numérique pointée à de multiples reprises par les professionnels et les artistes.

### 2.2.3. Les événements

En développant ses missions au-delà de la collecte du dépôt légal, la BnF cherche à diversifier ses publics. La valorisation des collections patrimoniales multimédias attirerait les professionnels et les chercheurs et probablement un public plus large d'amateurs, de passionnés, de personnes soucieuses de prendre part à la vie culturelle contemporaine. À cet égard, la valorisation des fonds pourrait prendre la forme d'événements de tout ordre.

Tout d'abord, l'organisation de journées d'étude, de conférences et de colloques donnerait la possibilité aux chercheurs et aux doctorants de se réunir et d'échanger les résultats de leurs recherches. La publication des actes complèterait ces rencontres scientifiques. De surcroît, cette programmation rejoindrait les axes stratégiques du programme d'actions 2004-2007 dont un des objectifs est de moderniser le dispositif de la recherche. L'Observatoire des mondes numériques en sciences humaines (OMNSH), le Conservatoire national des arts et métiers (CNAM), le Laboratoire Parallélisme, Réseaux, Systèmes, Modélisation (PRISM) de l'Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines ou le laboratoire Langages, Logiques, Informatique, Cognition et Communication (LaLICC) de Paris IV sont des organismes de recherche susceptibles de participer à ces rencontres.

D'autre part, l'impact d'une exposition n'est pas négligeable. Dans son rapport sur les publics de la salle P, le CREDOC<sup>15</sup> mentionnait une initiative de la Bibliothèque du film pour valoriser ses collections en ces termes : « *Le plus souvent, la valorisation de documents peu connus se fait sous la forme d'expositions in situ. Le principe est d'extraire de la masse un type de documents ou un sous-ensemble, et de le présenter « de manière apéritive », afin de donner envie d'y revenir et d'en approfondir la connaissance.* »

Aussi, des expositions consacrées à l'histoire des jeux vidéo français ou à l'art numérique toucheraient assurément un large public. Les journalistes spécialisés dans le secteur du multimédia (le quotidien *Libération* ou le magazine *Télérama* par exemple) pourraient donner alors à ces manifestations un écho médiatique susceptible d'intéresser des publics nouveaux. Enfin, de telles expositions renforceraient leur audience en circulant dans certaines institutions extérieures comme les centres de culture scientifique, technique et industrielle.

Dans cette perspective, la mise en ligne du contenu de ces expositions sur le site Web de la BnF dans la rubrique « expositions virtuelles » accroîtrait l'audience de ces événements.

Qui plus est, la nature de ces expositions serait compatible avec des formules de parrainage impliquant des sociétés privées telles qu'Ubisoft ou Infogrames par exemple. En contrepartie d'une participation financière au budget des expositions, de prêt de matériel informatique ou de dons de logiciels et de documentation interne technique, ces sociétés seraient autorisées à apposer leurs logos dans les salles et sur les catalogues. Encore une fois, cette mesure répondrait à l'un des objectifs du programme d'actions 2004-2007 de la BnF qui est de diversifier les ressources financières en développant la part des ressources propres.

En outre, la loi en faveur du mécénat<sup>16</sup> encourage les sociétés privées à participer à la valorisation des fonds multimédias. Ce dispositif législatif permet à une entreprise privée de financer une acquisition destinée à une personne publique d'un bien culturel situé en France ou à l'étranger présentant un intérêt majeur pour le patrimoine national au point de vue de l'histoire, de l'art ou de l'archéologie. En contrepartie de ce don, les entreprises bénéficient d'une réduction d'impôt sur les sociétés égale à 90 % des versements effectués, dans la limite de 50 % du montant de l'impôt sur les sociétés. Ubisoft ou Infogrames par exemple pourraient tirer avantage de cette mesure fiscale et, corrélativement, enrichir les fonds multimédias d'œuvres d'art numériques ou de jeux vidéo anciens.

---

<sup>15</sup> CHRISTON Sonia, DUPUY Claire, SEGUETTE Marie. *Étude des publics de la salle P sur le site François-Mitterrand*. CREDOC : Paris, 2004, 177 p.

<sup>16</sup> Loi n° 2002-5 du 4 janvier 2002 relative aux Musées de France, modifiée par la loi n° 2003-79 du 1<sup>er</sup> août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations.

Pour clore cette présentation du premier scénario, il faut souligner l'impact médiatique produit par des événements de grande envergure extérieurs à la BnF.

L'opération « Nuit Blanche » est un moyen indirect pour la BnF de valoriser ses collections. À l'avenir, au cours de cette soirée, les collections d'art numérique ou de jeux vidéo pourraient accéder à une plus grande visibilité auprès du grand public. Les reportages dans les médias, que ne manquerait pas de susciter cette manifestation, pourraient modifier l'opinion des publics potentiels sur la salle P.

De même, les professionnels de l'édition numérique promeuvent leurs activités lors de salons tels que *Imagina* à Monte-Carlo, *Le Monde du jeu* à Paris ou *Le Salon du jeu vidéo sur plate-forme libre* à Limoges. En participant à ces salons en qualité d'exposant, la section des Documents électroniques accrédirait l'idée chez les professionnels de la nécessité de conserver et communiquer les produits numériques.

### **2.3. Planning et budget**

Constituer un annuaire : cette proposition ne requiert pas de budget supplémentaire. La mise en place est immédiate puisque le groupe projet est chargé de fournir un répertoire de base. Aucune date d'achèvement n'est prévue.

Nouer des partenariats : des moyens humains sont sollicités pour cette partie. Contacter des organismes et concevoir des actions communes exige de modifier le planning de la section des documents électroniques sur le long terme.

Organiser des événements : les délais de mise en œuvre et les coûts financiers sont importants pour ce volet du scénario. Le coût moyen d'une exposition sur le site de Tolbiac est de 110 000 euros. Un délai minimal de dix mois est à prévoir pour inaugurer une exposition.

### **2.4. Forces et contraintes**

Le premier point fort de ce scénario est l'effort consenti en matière d'information vers des publics cibles. Les besoins documentaires des différents publics potentiels et réels de la salle P apparaissent en toile de fonds des partenariats et de l'annuaire.

L'impact médiatique et la promotion de la culture numérique, enjeux de la partie événementielle du scénario, représentent le second point fort dans la mesure où ils valorisent le contenu des collections et modifient, ce faisant, l'image de la BnF.

Enfin l'annuaire et les partenariats proposés par ce scénario se caractérisent par un long délai de mise en œuvre.

En contrepartie, plusieurs contraintes pèsent sur ce scénario. Premièrement, celui-ci suppose de mobiliser du personnel pour garantir un déroulement durable des partenariats (réunion avec les responsables des organismes extérieurs, accueil de groupes). Deuxièmement, la programmation d'expositions n'est pas sans risque. Le coût financier induit par les expositions est important. En outre, cette catégorie de manifestations risque de heurter certains publics de chercheurs attachés à une conception livresque de la culture. Dernière contrainte : une autorisation de la CNIL est nécessaire pour utiliser l'annuaire.

## 2.5. Bilan

En résumé, pour innovant qu'il soit, ce scénario préconise malgré tout des solutions avancées dans le rapport du CREDOC de 2004. Ce scénario rejoint également les objectifs du programme d'actions 2004-2007 de la BnF sur certains points. En définitive, l'originalité d'un tel scénario réside davantage dans ses modalités de réalisation plutôt que dans ses propositions. C'est par un travail de longue haleine que le département de l'Audiovisuel parviendra non seulement à informer les publics potentiels de la salle P de l'existence des fonds patrimoniaux multimédias mais aussi à amener les publics réels à utiliser les services associés à ces fonds. Dès lors, la réussite de ce scénario repose sur un déploiement de mesures sur le long terme.

## 3. Scénario 2 : *Tetris* ou un nouvel aménagement pour le multimédia

Le deuxième scénario s'articule autour d'un nouvel aménagement de l'espace de consultation du multimédia en salle P. En effet, les personnes interviewées dans

le cadre des entretiens semi-directifs travaillent d'une manière générale dans des conditions que la salle P ne satisfait pas actuellement. Ainsi, un chercheur interrogé a utilisé le fonds de la BnF durant un an et demi à deux ans et a consulté environ une centaine de jeux vidéo ; il a de nombreuses critiques à formuler à l'égard de la salle P : le multimédia en général et le jeu vidéo en particulier sont très nettement mis à l'écart (les places de consultation sont au fond de la salle, à côté d'une banque, ce qui est vécu comme un rejet), il est difficile de se concentrer dans cette salle qui n'est pas exclusivement consacrée à la consultation du multimédia (ainsi, tant les autres lecteurs que les bibliothécaires en service public sont intrigués par un lecteur qui travaille sur un jeu vidéo, ce qui renforce le sentiment d'illégitimité que ressent le chercheur). Le fonds papier consacré au multimédia n'est pas à côté des places multimédias ; en revanche, ce chercheur a constaté la présence de livres de musicologie ou de cinéma ; le fonds spécifique est donc noyé dans une masse de documents consacrés au reste de l'audiovisuel. La présence de l'INA dans la salle P contribue encore à renforcer cette situation peu claire du statut de la salle. Bref, pour ce chercheur, il est difficile d'être détendu et concentré dans de telles conditions.

Si les autres personnes interrogées ne sont jamais venues en salle P, les conditions de travail qu'elles évoquent sont loin de correspondre aux conditions de consultation de la BnF. Plusieurs évoquent le besoin de travailler à plusieurs (en particulier les étudiants de LISAA) ; les professionnels partagent ce point de vue, dans la mesure où ils sont habitués à de nombreux brainstormings. Tous sont d'accord pour dire qu'ils ne peuvent travailler que dans un cadre où ils sont à l'aise ; ce point est renforcé par le fait que la plupart d'entre eux sont en fait initialement des joueurs : par conséquent, ils réinvestissent leurs loisirs et ce qu'ils en retirent dans leur travail. La plupart jouent et travaillent chez eux, dans un cadre familial, qu'ils peuvent adapter à leur goût, dans des conditions qu'ils choisissent. Un chercheur de l'OMNSH, psychologue clinicien, travaillant sur la dépendance aux jeux vidéo, nous explique ainsi que le jeu vidéo a ses propres codes qu'il faut respecter : le cinéophile aime regarder des films dans une légère pénombre, et par conséquent la salle P est assez peu lumineuse ; de la même manière, la consultation

des jeux vidéo doit être adaptée aux codes qui sont les siens. Or le joueur aime avoir le choix : le choix du jeu bien sûr, mais aussi le choix de la manette, celui de la position qu'il adopte face à l'ordinateur, de la distance qui le sépare de l'écran, du siège qu'il choisit... Les conditions actuelles de consultation restent trop liées à l'image traditionnelle de la bibliothèque ; pour ce chercheur, c'est la bibliothèque qui doit s'adapter au jeu vidéo et non l'inverse : la personne qui vient travailler sur des jeux vidéo doit avoir le choix de son mode de consultation, et surtout se sentir à l'aise, et non observée par les gens qui l'entourent, voire jugée. Finalement, les personnes qui veulent travailler sur les jeux vidéo ne demandent qu'à être considérées comme les autres lecteurs, ce qui n'est pas possible dans l'état actuel de la situation.

Enfin, la complexité de consultation liée à l'apport nécessaire de matériel spécifique (en particulier de consoles) gêne bien souvent les lecteurs qui doivent d'une part attendre, et qui d'autre part ont à nouveau le sentiment d'être l'objet de tous les regards lorsque l'assistant de communication vient installer une machine.

Tous ces points semblent bien indiquer que les modes de consultation proposés actuellement pour le multimédia sont inadaptés au jeu vidéo.

### **3.1. Objectifs**

Partant du principe que le jeu vidéo est un type de média bien particulier dont il faut respecter les codes, le groupe projet a réfléchi à une réorganisation de la salle P, qui, sans bouleverser la BnF, permettrait cependant de pallier certains des défauts du mode de consultation actuel. Il s'agirait de séparer physiquement la consultation des jeux vidéo du reste de la salle P (y compris de la consultation du reste du multimédia), afin de permettre aux usagers de ces jeux de travailler dans les meilleures conditions, et aux autres de ne pas être dérangés. Le nouvel aménagement doit respecter autant que possible le choix personnel des lecteurs dans le mode de consultation et les codes bien spécifiques du jeu vidéo.

### **3.2. Moyens/méthodologie**

Il a semblé au groupe projet que les problèmes rencontrés par les utilisateurs de jeux vidéo se retrouvaient assez peu chez les utilisateurs de logiciels et de cédéroms autres que les jeux, qui sont à l'aise en salle P, principalement parce

qu'ils travaillent sur des média jugés plus légitimes par l'opinion générale. À défaut d'une salle spécifique consacrée au multimédia, solution qui paraît compliquée à mettre en œuvre en raison des contraintes de la BnF, il semble envisageable d'aménager un espace dédié aux jeux vidéo.

### 3.2.1. Les salles de consultation

Il serait donc possible que les lecteurs souhaitant consulter des logiciels (hors jeux vidéo) et des cédéroms restent sur les places situées en salle P ; en revanche, les deux salles situées sur la mezzanine seraient consacrées à la consultation des jeux vidéo, ce qui permettrait aux lecteurs s'intéressant aux jeux vidéo de se retrouver ensemble, sans être isolés dans des boxes pour autant (l'ouverture des cabines également situées sur la mezzanine est possible). Il serait possible de consulter à plusieurs dans ces deux salles, et de réserver des places. Les deux salles pourraient être réparties de la manière suivante :

- la première salle comporterait les consoles les plus utilisées, préinstallées (ainsi que les postes de télévision et un ordinateur pour Internet) ;
- la deuxième salle comporterait quelques postes informatiques qu'il serait possible de relier en réseau, ce qui permettrait de consulter des jeux en réseau, ce qui est actuellement impossible.

Une solution de type caméra de vidéo surveillance devrait être adoptée pour répondre aux problèmes de copies illicites, ou de dégradations.

### 3.2.2. Un espace numérique de travail

Il est pour l'instant regrettable que les lecteurs n'aient aucune possibilité de sauvegarde, voire de travail sur les machines sur lesquelles ils travaillent. Des solutions pourraient être proposées à deux niveaux :

- sur le mode de fonctionnement de l'INA, on peut envisager la solution simple de la session ; le lecteur pourrait ouvrir une session grâce à sa carte de lecteur et à un login sur un poste informatique ; sur cette session personnelle, que le lecteur pourrait sauvegarder et retrouver à chaque fois, il serait possible d'enregistrer des sauvegardes afin de ne pas recommencer un jeu à chaque fois. Il lui serait également possible de

conserver des fichiers personnels, ou de travailler sur un logiciel de traitement de texte ;

- la solution plus perfectionnée de l'environnement numérique de travail est également envisageable ; ainsi, le lecteur aurait les mêmes possibilités qu'avec une session, mais il pourrait également consulter cet environnement depuis l'extérieur.

### 3.2.3. Une politique d'acquisition plus ciblée

Il apparaît clairement que la majorité des chercheurs arrivent à se procurer les jeux vidéo qu'ils souhaitent visionner par Internet, par des biais licites ou illicites. En revanche, certains jeux leur restent difficilement accessibles, même par ce biais-là : il s'agit de jeux relativement anciens, et tout particulièrement de jeux anciens sur consoles, et de jeux diffusés seulement à l'étranger, en particulier au Japon. Plusieurs affirment que la présence de ce type de jeux à la BnF est l'une des seules raisons qui pourraient les conduire à fréquenter cet établissement. C'est pourquoi il semble qu'il faille développer une politique d'acquisition de jeux dans ces deux directions, au-delà du dépôt légal.

### 3.2.4. Le développement des acquisitions papier

Enfin, les chercheurs et les professionnels du jeu vidéo sont très intéressés par les publications anglo-saxonnes, qui sont à la pointe dans le domaine du multimédia et restent les publications scientifiques de référence : un chercheur nous affirme ainsi que les États-Unis et le Danemark ont quinze ans d'avance sur la France... Aussi, si aucun ne souhaite réellement trouver à la BnF la presse spécialisée française, tous désirent en revanche y trouver les publications et la presse anglo-saxonnes, qu'ils ont beaucoup de mal à se procurer en France, et qui ne sont pas traduites ; les chercheurs se procurent donc en général les dernières publications américaines sur des sites Web commerciaux. Ces publications pourraient être complétées de dossiers documentaires, constitués aussi bien d'articles de presse que de témoignages de joueurs ou d'images.

### 3.3. Planning et budget

Ce scénario requiert un budget en ce qui concerne les nouvelles acquisitions citées ci-dessus. De plus, un système de vidéosurveillance serait sans doute relativement coûteux, mais ce point reste à étudier. En revanche, il semble assez rapide d'aménager les salles de la mezzanine, qui existent déjà, avec quelques postes et quelques consoles ; cet aménagement pourrait être effectué pendant la fermeture annuelle de la BnF au cours du mois de septembre (un délai de trois semaines semble suffire à l'aménagement de nouvelles places de consultation).

### 3.4. Forces et contraintes

Les conditions de consultation du multimédia à la BnF ont généralement rebuté les personnes interrogées et sont de manière évidente un frein à la consultation de ces fonds. C'est pourquoi le principal point positif de ce scénario reste qu'il satisferait les demandes des usagers en matière de conditions de consultation. De plus, ce scénario présente l'avantage de tirer parti d'équipements déjà existants.

Rappelons cependant qu'un réaménagement de la salle P sans communication de la BnF sur ce sujet risquerait d'avoir peu d'impact.

En revanche, les contraintes matérielles d'un tel scénario sont assez importantes : l'ouverture de deux salles nécessite une surveillance qui devrait être mis en place. De plus, les fonds papier consacrés aux jeux vidéo seraient séparés physiquement de l'espace de consultation en lui-même : en effet, ceux-ci se trouveraient dans la salle P, alors que la consultation des jeux vidéo se ferait à l'étage ; il faut cependant signaler que les fonds papier sont déjà éloignés du lieu de consultation du multimédia, puisque aujourd'hui ils sont séparés des postes du multimédia par les cabines de l'INA. Enfin, si ce scénario résout en partie les problèmes de consultation, il faut noter qu'en aucun cas il ne résout les problèmes de communication existants, qui ont pourtant également été mentionnés par le chercheur usager de ces fonds (difficulté d'installation, temps de communication très long...). De plus, ce scénario scinderait le multimédia en deux pôles : un pôle jeux vidéo, et un pôle cédéroms et logiciels (hors jeux vidéo). Cette séparation pourrait avoir des conséquences contraires aux buts recherchés, c'est-à-dire un

sentiment d'isolement ressenti de manière encore plus forte par les lecteurs de jeux vidéo ; tout dépendrait donc à nouveau de la communication menée autour de ce nouvel aménagement.

### **3.5. Bilan**

En conclusion, il faut signaler qu'une adaptation d'une partie de la salle P aux modes de consultation spécifiques aux jeux vidéo est de toute façon conseillée à terme. Ce scénario pourrait en constituer une forme relativement aboutie, sans préjuger toutefois d'aménagements ultérieurs (rapprochement du fonds papier et de l'espace de consultation, possibilité pour les lecteurs de sélectionner eux-mêmes une partie du matériel comme les manettes...). Les solutions proposées concernent essentiellement les jeux vidéo, mais il faut noter que c'est ce type de média qui pose actuellement le plus de problèmes.

## **4. Scénario 3 : développement d'un accès distant**

À l'heure d'Internet, les adeptes du multimédia ont pris l'habitude de trouver les documents dont ils ont besoin en ligne, sans se déplacer. Même ceux qui connaissent le fonds multimédia de la BnF et qui sont intéressés par son contenu préféreraient généralement le consulter en ligne, sans venir sur le site Tolbiac. Les avantages seraient multiples :

- immédiateté de la recherche et de la consultation : pour un besoin ponctuel, on peut consulter le fonds de la BnF sur-le-champ ;
- plus besoin de se déplacer : absence de barrière symbolique freinant la venue, et surtout gain de temps et d'argent – c'est souvent le temps qui manque le plus aux professionnels ;
- corrélativement, possibilité de travailler chez soi, dans son environnement habituel, avec son matériel et ses propres documents.

Actuellement, l'absence d'une telle offre est d'autant plus mal comprise qu'il s'agit du fonds multimédia - des documents numériques qu'on s'attendrait à pouvoir consulter en ligne, au moins pour certains d'entre eux.

## 4.1. Objectifs

L'idée majeure du scénario est donc de développer une palette de services en ligne, pour toucher tous les usagers potentiels (et ils sont nombreux) qui ne sont pas prêts à se déplacer. Bien évidemment, une telle offre serait proposée via Internet, dans le cadre du site Internet de la BnF.

Quatre objectifs majeurs :

- permettre des recherches faciles et plus fines, sur des critères propres au multimédia ;
- améliorer la visibilité de la section multimédia sur le site de la BnF ;
- améliorer la lisibilité de l'offre de consultation ;
- permettre la consultation en ligne de certains documents.

## 4.2. Moyens/méthodologie

### 4.2.1. Des notices bibliographiques plus adaptées

Une recherche de documents multimédias ne s'effectue pas comme une recherche de livre. Les critères utilisés sont différents et propres à ces nouveaux produits. Des changements pourraient intervenir à deux niveaux :

- indexation plus fine lors du catalogage, prenant en compte des critères importants aux yeux du public potentiel et ventilation de ces critères dans des champs isolés (pour permettre des tris sur ces notions) : genres plus détaillés, *gameplay*, type de scénario, jeu individuel ou collectif, durée de jeu, nombre de scénarios différents générés, etc.
- ajouts d'éléments visuels à la notice, pour des usagers habitués aux catalogues commerciaux : numérisation de la jaquette du produit, présence de quelques captures d'écran...

### 4.2.2. Un mini-portail dédié au multimédia

Pour améliorer la visibilité de la section multimédia sur le site Internet de la BnF, il conviendrait de développer une partie propre à cette section, au-delà d'une simple présentation liée au département Audiovisuel. Ce mini-portail, accessible via la page de l'Audiovisuel, proposerait des services spécifiques :

- interface adaptée de BN Opale Plus : permettant des recherches directes sur les seuls documents multimédias – via des critères propres au domaine - sans avoir à bâtir une recherche experte via des options compliquées ;
- annonce claire des conditions de consultation propres au multimédia : installation éventuelle en cabine ou en salles de travail collectives, possibilité de consulter des livres et films en salle P en plus des documents multimédias, etc.
- création d'une rubrique « Partenariats » mettant en exergue les opérations réalisées avec des acteurs du domaine : écoles, laboratoires de recherche, entreprises du domaine, associations, etc.
- expositions virtuelles, constituant une première source de documentation en ligne, accessible à tous, mettant en valeur les documents du fonds : histoire des jeux vidéo, histoire d'un type de logiciels, panorama d'un type de jeux, etc. À titre de comparaison, le site *Gallica* accueille 17 000 visiteurs par jour soit 5 550 000 visiteurs sur un an<sup>17</sup> ;
- dossiers documentaires, autour de logiciels ou jeux phares : une documentation particulière serait réunie pour les produits les plus marquants, qui intéressent le plus grand nombre d'utilisateurs potentiels : documents de pré-production, articles de fond, *gamedocs*, dessins préparatoires, etc. Un système de téléchargement de fichiers PDF à durée de vie limitée pourrait être institué.

C'est cette page d'accueil spécifique qui serait mise en valeur auprès des chercheurs et professionnels, notamment dans le cadre des échanges de liens. Ainsi pourraient-ils accéder directement aux outils qui les intéressent, sans se perdre dans la complexité du site BnF. Les signets de la BnF pour le multimédia y seraient d'ailleurs repris et éventuellement enrichis.

#### 4.2.3. Des documents du fonds accessibles en ligne

Un tel procédé ne concernerait bien évidemment pas l'ensemble du fonds. La consultation en ligne serait pertinente pour un panel limité de jeux, les plus représentatifs. Ainsi plusieurs types de documents pourraient être consultables :

---

<sup>17</sup> Chiffres extraits de l'enquête *Bibusage* sur la consultation de *Gallica* en 2001.

- pour les jeux les plus anciens et les plus légers, une consultation effective du jeu, via un émulateur ;
- pour les jeux plus récents ou plus conséquents, la possibilité de télécharger une démo (jouable ou non) ou un accès à des émulations partielles, reprenant seulement certains moments clés du jeu ;
- en complément, un accès à des vidéos de sessions de jeux.

L'accès à de tels documents se ferait directement depuis la notice bibliographique, avec un login réservé aux chercheurs accrédités.

### 4.3. Planning et budget

- L'adaptation des notices bibliographiques se ferait progressivement, sans budget spécifique – les catalogueurs actuels s'en chargeraient. Certes, la tâche étant complexifiée et donc plus longue, une création de postes serait la bienvenue.

**Coût approximatif** : 1 ETP

**Délai estimé** : 1 mois

- L'institution d'un mini-portail dédié au service Multimédia est une tâche sur le long terme. Après la création d'une page de présentation spécifique, les différentes rubriques seraient ajoutées progressivement. Le planning est donc très modulable, en fonction des choix retenus. De même pour le budget, selon que l'on choisit de tout faire en interne, ou de créer un poste dédié pour entretenir ces contenus.

**Coût approximatif** : 2 ETP au maximum

**Délai estimé** : mise en place progressive sur le long terme.

- La mise en ligne de documents du fonds serait plus compliquée. La mise en place d'émulateurs consultables à distance, la fourniture de démos ou de fichiers vidéo en ligne demande des moyens techniques conséquents : développement de programmes spécifiques, hébergement de fichiers, mesures de sécurité, etc.

**Coût approximatif** : 1 ETP

**Délai estimé** : mise en place progressive sur le long terme.

#### 4.4. Forces et contraintes

- L'adaptation des notices bibliographiques est une tâche relativement complexe, mais qui répondrait parfaitement aux demandes répétées des utilisateurs - notamment des professionnels. En contrepartie, le catalogage serait plus complexe, et l'inclusion de visuels poserait des problèmes de droits.
- La mise en place d'un portail spécifique améliorerait la visibilité du fonds multimédia, de même que les expositions virtuelles et les dossiers documentaires. Une interface spécifique de BN Opale Plus simplifierait grandement les recherches, tout en utilisant toujours la même base de données générale. L'annonce claire des conditions de consultation inciterait des publics nouveaux à se rendre sur place, voyant qu'on prend en compte leurs habitudes de travail. Enfin, la présentation des partenariats pourrait créer une sorte d'émulation de nature à inciter de nouveaux rapprochements et de nouvelles opérations de promotion du fonds. Mais la mise en place d'un tel portail engendrerait des difficultés : la création d'une section à part sur le site de la BnF susciterait sans doute des résistances institutionnelles (direction ou service informatique ?) ; de même qu'une interface spécifique pour BN Opale Plus, qui a plutôt tendance à absorber les catalogues existants et non pas l'inverse. Enfin, la mise en ligne de contenus (expositions et dossiers documentaires) implique un gros travail de documentation et des soucis techniques et légaux pour la mise en ligne.
- La possibilité de consulter certains documents du fonds à distance répondrait exactement à une demande générale des publics potentiels : cela permettrait de multiplier les usagers « virtuels » sans encombrer la salle P. Néanmoins cette solution, la plus innovante et ambitieuse, serait aussi celle qui poserait le plus de problèmes : problèmes de coût, de droits, difficultés techniques et risques de piratage...

#### **4.5. Bilan**

Ce scénario est peut-être celui qui s'adapte le mieux aux pratiques des usagers potentiels. L'enquête de public a démontré, sans surprise, qu'Internet était le principal vecteur d'informations en matière de documents numériques et multimédias. En se positionnant de manière forte sur ce créneau, le secteur Multimédia augmenterait sa visibilité tout en répondant aux attentes des professionnels.

De plus, l'ensemble du scénario est très modulable, à la fois en matière de contenus, de planning et de budget. Seules certaines des solutions proposées peuvent être retenues et mises en place, et ce de manière progressive.

## ***Partie 4 : Compte-rendu du deuxième comité de pilotage***

Étaient présents à ce deuxième comité de pilotage (jeudi 11 mai 2006) :

- Trois membres du groupe projet (Magali Gouiran, Alix Le Gall et Gilles Verneuil) ;
- Alexis Blanchet, chercheur associé à la BnF ;
- Alain Carou, responsable du service Images animées ;
- Catherine Cyrot, tutrice du groupe ;
- Marie Fauchoux, chargée de collection à la section Documents électroniques ;
- Grégory Miura, responsable du service Multimédia de la BnF et commanditaire du projet ;
- Romuald Ripon, responsable de la délégation à la Stratégie.

Lieu : salle des commissions n°1, tour Est.

### **1. Présentation du groupe projet**

Nous ne rappelons pas ici cette présentation, puisque le document du deuxième comité de pilotage est présent dans ce mémoire final.

### **2. Questions ouvertes**

Au cours de la seconde heure, les membres du comité de pilotage ont tour à tour émis des remarques concernant la présentation du groupe projet, dans l'ordre suivant :

#### **Grégory Miura**

Grégory Miura apprécie les résultats des travaux du groupe projet dans la mesure où toutes les pistes ont été abordées ; il remarque d'autre part que les trois

scénarios peuvent tout à fait être complémentaires et se croiser. Il aimerait disposer, dans le document final, des résultats complets et détaillés de l'enquête.

Il ajoute cependant que le groupe devra plus tenir compte, pour la suite de son travail, des contraintes spécifiques à la BnF et de la faisabilité réelle des mesures qu'il propose : la politique de l'établissement, et en particulier son organisation transversale, devront davantage entrer en considération : « *nous sommes tributaires d'une logique globale qui nous dépasse.* » Cette logique globale se manifeste par exemple dans l'exigence d'avoir un catalogue unique pour l'ensemble des documents, ce qui peut poser des problèmes aux fonds les plus spécifiques qui perdent en visibilité.

À ce titre, il émet plusieurs réserves :

- Le scénario 3 partait du constat que les documents multimédias étaient peu visibles au sein du catalogue. Mais l'intégration de tous les catalogues au sein du catalogue BN Opale Plus est une priorité pour la BnF : toute proposition en faveur d'un accès séparé vers les notices des documents multimédias est par conséquent exclue. Selon Grégory Miura, les changements que nous proposons dans nos trois scénarios seraient véritablement idéaux si les collections multimédias constituaient le fonds d'une bibliothèque indépendante.

- Dans le même ordre d'idées, l'aménagement d'une salle dédiée à la consultation de logiciels de jeux risque fort de se heurter à des résistances internes à la BnF : il paraît difficile de faire accepter politiquement le fait de rassembler des joueurs dans un lieu de la bibliothèque. Grégory Miura précise néanmoins qu'un projet similaire pour la salle D, intitulé le Prisme<sup>18</sup>, a été piloté avec succès.

- L'accès à distance à des documents multimédias n'est compatible ni avec la législation actuelle sur le droit d'auteur, ni a fortiori avec la future loi sur l'harmonisation sur le droit d'auteur et les droits voisins dans la société de l'information.

- L'organisation d'expositions sur le thème du jeu vidéo ou de l'art numérique est problématique en l'état actuel des choses. Le département Audiovisuel propose régulièrement des expositions de ce type sans succès.

---

<sup>18</sup> Le PRISME (Pôle de Ressources et d'Informations sur le Monde de l'Entreprise) oriente l'utilisateur à travers quelques 7 000 documents et 200 revues professionnelles sur les marchés et les acteurs de la scène économique.

Grégory Miura juge que certains points des scénarios 1 et 3 sont à retenir, dans la mesure où l'on pourra vraisemblablement les appliquer. Il remarque d'autre part que l'accès à Internet en salle P devrait être facilité à court terme puisque la BnF procède à l'installation du Wifi pour fin 2006. Deux orientations lui paraissent très bénéfiques pour la valorisation des collections multimédias :

- le recours à des partenariats extérieurs (chercheurs, collectionneurs, etc.) ;
- la communication vers des publics cibles.

D'après lui en effet, ce sont les partenariats avec l'extérieur qui peuvent aider certains départements ou secteurs de l'institution à se démarquer légèrement de la politique globale : mettre en avant une demande réelle, relayée par des partenaires extérieurs objectifs, permettra de mieux faire accepter politiquement une stratégie différenciée.

### **Alain Carou**

D'entrée de jeu, Alain Carou écarte le scénario 3 qui pour lui ne peut aboutir en raison de problèmes juridiques et techniques. L'émulation reste malgré tout une solution technique à développer.

Le scénario 2 le séduit davantage mais les problèmes techniques ont été sous-estimés par le groupe projet. Le dispositif de la session pour les jeux vidéo, en particulier, devrait s'appuyer sur une interface et un environnement technique bien plus complexes que ceux en vigueur à l'Inathèque. Ces problèmes matériels se traduiraient automatiquement par la nécessité de dépenses importantes.

Pour lui, ce scénario gagnerait à être élargi vers des choses intéressantes et faisables, par exemple la possibilité de faire des captures d'écran, d'enrichir l'univers technique associé à la consultation des documents, et de réaménager la configuration physique de l'espace de travail.

Pour Alain Carou, plus que l'effort de communication, c'est la facilité de consultation qui fait le succès d'une bibliothèque. La publicité autour du fonds multimédia doit donc intervenir *après* la simplification de l'accès et l'enrichissement des possibilités de consultation. C'est tout le problème du scénario 1 : si l'on attire de nouveaux usagers par d'importants efforts de communication, mais qu'une fois sur place, ils se heurtent à de grosses difficultés

de consultation, ils seront très déçus, ne reviendront probablement plus, répandront autour d'eux cette information, et toute la publicité déployée n'aura été que perte de temps (et d'argent).

Il faut également motiver les professionnels pour qu'ils viennent à la bibliothèque en leur proposant une offre de consultation spécifique et propre à la BnF : les convaincre qu'en se rendant à Tolbiac, ils trouveront plus qu'en restant chez eux.

### **Alexis Blanchet**

Alexis Blanchet commence par noter que l'ensemble de nos idées de changements lui apparaît comme un mélange très hétéroclite de choses réalistes et d'idées pratiquement inconcevables.

Parmi ces propositions, il attire l'attention sur la réalisation d'une lettre d'information électronique qui lui semble très judicieuse et assez facile à mettre en place.

L'idée qu'il préfère concerne l'émulation. La mise à disposition de plates-formes avec émulateur et matériel d'origine répondrait aux attentes du public. Pour Alexis Blanchet, la BnF peut vraiment apporter quelque chose à l'émulation. Il existe bien des problèmes techniques, mais ils ne sont pas insurmontables.

### **Marie Faucheux**

Pour Marie Faucheux, la solution passe également par l'émulation. Elle ajoute qu'un ensemble de problèmes (la législation sur le droit d'auteur, la baisse des budgets et les procédures informatiques) ont freiné certaines velléités du service Multimédia pour valoriser les collections. Le groupe projet devrait davantage intégrer dans sa réflexion les dimensions politiques, stratégiques et organisationnelles, et se demander qui prend les décisions et pourquoi.

Enfin, Marie Faucheux rappelle que si le service Multimédia privilégie les domaines du jeu vidéo et de l'art numérique, le groupe projet, quant à lui, ne doit pas négliger certains thèmes présents dans le fonds multimédia (l'histoire par exemple) qui sont très riches pour la recherche et qui pourraient être valorisés sans grand frais.

## **Romuald Ripon**

Romuald Ripon admet que le scénario 3 est coûteux mais peut être d'actualité si l'on pense au projet européen de bibliothèque numérique. Pour lui, il faut retenir l'idée de développer l'information sur le fonds via Internet.

En outre, les scénarios 1 et 2 ne vont pas l'un sans l'autre de son point de vue. En effet, des efforts de communication sans amélioration de la consultation seraient inefficaces, et inversement.

Tout comme Marie Fauchoux, il s'étonne que le groupe projet n'ait pas pris en compte dans ses réflexions les documents thématiques consultés pour leur contenu ; Grégory Miura explicite les raisons de ce choix, qui avaient été exposées lors du premier comité de pilotage.

Il note que la mise en place de partenariats est une mesure intéressante.

Il attend enfin avec un grand intérêt la lecture de l'intégralité des résultats de l'enquête (détail des réponses au questionnaire et comptes-rendus des entretiens).

## **Catherine Cyrot**

Une politique de communication ne peut être efficace que si l'offre de services est à la hauteur de ce qui a été annoncé.

### **3. Conclusion**

Catherine Cyrot a insisté à plusieurs reprises sur la nécessité pour le commanditaire de choisir à l'issue de ce comité de pilotage une série de propositions parmi les trois scénarios. La faisabilité devra présider aux choix des solutions qui seront approfondies dans la dernière phase du projet et présentées le 8 juin 2006.

## 4. Choix du scénario

Lors du deuxième comité de pilotage, le commanditaire annonce le choix retenu pour le scénario. Grégory Miura explique que c'est le scénario 2 qu'il envisage de développer tout en retenant quelques mesures présentées dans d'autres scénarios. Pour lui, il faut abandonner la possibilité d'un accès à distance pour des problèmes techniques et juridiques. En revanche, l'amélioration de l'information et de la communication autour du fonds multimédia, envisagée également dans le scénario 3, doit être conservée.

En résumé, le groupe doit partir du scénario 2 puis retenir les mesures liées à la communication, à l'amélioration du catalogue et aux partenariats proposées dans les deux autres scénarios. Les partenaires extérieurs peuvent, en effet, influencer de façon positive la BnF.

La mise en place d'expositions autour du multimédia est périlleuse en raison d'un calendrier bouclé trois ans à l'avance. Il faut de plus se placer par rapport aux autres départements, qui font aussi des propositions d'expositions, et avec lesquels le département Audiovisuel se trouve donc en concurrence : le plus souvent il passe après d'autres secteurs jugés plus légitimes. Alain Carou explique que les images animées jouent fréquemment un rôle d'illustration dans les expositions mises en place à la BnF, mais très rarement d'objet central. Le multimédia n'a même pas encore imposé sa place comme élément d'illustration ! Grégory Miura a par le passé formulé plusieurs propositions d'expositions, mais elles n'ont jusqu'à présent jamais été retenues ; il a néanmoins bon espoir de pouvoir participer à celle qui doit être prochainement organisée autour du thème des héros.

Romuald Ripon souligne d'autre part que, d'après les enquêtes menées, les expositions ne permettent pas vraiment d'attirer de nouveaux lecteurs à la BnF.

## 5. Aménagements autour du scénario 2

Lors du second comité de pilotage, le scénario 2 a été retenu. Cependant sa mise en œuvre demande des aménagements.

Dans la perspective du troisième comité de pilotage dans lequel nous présenterons les modalités de fonctionnement du scénario retenu, voici les points que nous développerons à partir du scénario 2 tout en tenant compte de certains aspects des scénarios 1 et 3 :

- Constitution d'un annuaire : il regrouperait les mails de professionnels et de chercheurs afin de diffuser une lettre d'information électronique les informant de l'actualité du fonds multimédia de la BnF (scénario 1).

- Développement de partenariats : ces partenariats seraient menés avec des écoles professionnelles dans le secteur du jeu vidéo et du graphisme, avec des maisons d'édition de documents électroniques, et des institutions muséales d'art contemporain (scénario 1).

- Aménagement des deux salles de la mezzanine désormais consacrées à la consultation de jeux vidéo : la première salle permettrait de visionner des jeux vidéo sur des consoles déjà installées, mais on y trouverait également un poste Internet et des postes de télévision ; la seconde salle serait réservée à la consultation de jeux en réseaux. Un système de vidéosurveillance permettrait de garantir la sécurité de ces salles (scénario 2).

- Création d'un espace numérique de travail : afin de permettre aux lecteurs de sauvegarder leur travail, on peut envisager la solution de la session permettant de retrouver son fichier lors de sa venue en salle P ou encore la création d'un environnement numérique de travail accessible depuis l'extérieur (scénario 2).

- Développement d'une politique d'acquisition plus ciblée : elle concernerait notamment les jeux anciens qui sont difficiles à se procurer par d'autres moyens (scénario 2).

- Enrichissement du fonds papier de la salle P : cette mise en valeur de la documentation imprimée autour du multimédia permettrait par exemple d'acquérir des ouvrages de référence ainsi que les dernières publications anglo-saxonnes (scénario 2).

- Aménagement du catalogue : les notices bibliographiques seraient enrichies d'éléments visuels ; en outre, les critères de recherche seraient affinés et développés afin d'être davantage adaptés aux documents multimédias (scénario 3).

## ***Partie 5 : Document du troisième comité de pilotage***

À l'issue du deuxième comité de pilotage, le commanditaire a choisi de retenir le scénario n°2 *Tetris*, qui, rappelons-le, consiste essentiellement à mettre à l'aise l'utilisateur, et ce principalement en réaménageant l'espace de consultation du multimédia pour respecter les codes de consultation qui lui sont propres, tout en développant les fonds consacrés au sujet et en améliorant le catalogue — l'objectif final étant toujours d'inciter davantage de publics potentiels à se rendre en salle P.

À la suite des entretiens, les membres du groupe projet se sont rendus compte que les documents multimédias, et en particulier les jeux vidéo, sont des documents aux codes de consultation bien particuliers ; la plupart des interviewés reprochent justement à la BnF de ne pas respecter ces codes. Une majorité de personnes signale qu'il est important d'être à l'aise pour pouvoir consulter des jeux vidéo ; elles souhaitent même avoir le choix du mode de consultation des jeux vidéo et des logiciels non ludiques, tout comme ils en ont le choix chez eux. À partir de là, le groupe projet s'est attaché à réfléchir à de nouvelles conditions de travail qui respecteraient les choix de consultation de chacun. Ces conditions de travail passent par :

- un **nouvel aménagement de l'espace de consultation du multimédia**, laissant le choix au lecteur de son mode de consultation (seul, à plusieurs, en réseau, isolé, avec les autres lecteurs, etc.) ; la **possibilité de sauvegarder son travail** afin de ne pas avoir à tout recommencer à chaque consultation ;
- une **amélioration du catalogue** afin de répondre à la demande du public hors les murs de la BnF, et de faciliter ses recherches ;
- un **développement des acquisitions** pour les logiciels difficiles à trouver hors de la BnF et vers les fonds papier de référence ;
- une **politique de communication** en direction des chercheurs et des professionnels, politique qui passe par la constitution d'un annuaire de professionnels et par des partenariats, entre autres par Internet.

Il est cependant important de signaler que la plupart des propositions développées dans ce scénario nécessitent un projet à part entière, ainsi qu'une étude de faisabilité. C'est pourquoi nous avons préféré travailler sur le qualitatif plutôt que sur le quantitatif, et proposer des exemples de ce qui pourrait être réalisé, plutôt que de présenter toutes les possibilités actuellement sur le marché, ce qui nécessiterait une étude complète. De la même manière, un budget indicatif est parfois donné lorsque cela est possible, mais il reste indicatif, car il est impossible de chiffrer le coût de toutes ces opérations sans un travail bien plus poussé.

## 1. Aménagement des salles<sup>19</sup>

Au cours des enquêtes, des lecteurs se sont plaints d'être mis à l'écart dans un coin de la salle P, d'être séparés des autres usagers, pour la consultation des documents multimédias. Au contraire, d'autres ont émis le souhait de consulter ces documents dans un espace à part. La meilleure solution pour répondre à ces souhaits contradictoires est de prévoir deux modes de consultation :

- La consultation classique en salle P, sur les 8 places actuelles, qui ne seraient pas modifiées (pour les lecteurs souhaitant consulter en salle P, sans « traitement de faveur »).
- Une consultation en cabine ou dans une des salles de la mezzanine (pour ceux qui veulent être au calme, à l'écart, ou pour les consultations en groupe).

Cette dernière solution concerne principalement la consultation des jeux vidéo, qui impliquent des pratiques et des matériels particuliers. Bien sûr, rien n'empêchera de consulter des jeux vidéo en salle P, sur les places multimédias actuelles. Réciproquement, d'autres documents multimédias pourront être consultés en mezzanine, pour les lecteurs qui éprouvent le besoin de s'isoler.

Ces nouvelles possibilités de consultation devront apparaître clairement sur le site Internet, lors de la réservation des documents. Si le lecteur choisit cette solution, il pourra par exemple appeler un numéro de téléphone spécifique ou envoyer un courriel à une adresse dédiée.

---

<sup>19</sup> Le matériel nécessaire pour l'aménagement des salles est détaillé en annexe 10.

Quoi qu'il en soit, des aménagements sont nécessaires en mezzanine.

Comme prévu dans le scénario 2, chacune des salles en mezzanine se verra attribuer une fonction spécifique : une des pièces sera réservée à la consultation des jeux sur consoles, l'autre à la consultation des jeux PC, notamment en réseau.

### **1.1. La salle « consoles »**

Elle renfermera un panel des consoles les plus répandues.

#### 1.1.1. Les consoles concernées

- Consoles de salon : Microsoft X-Box ; Microsoft X-Box 360 ; Nintendo Gamecube (et bientôt Wii) ; Sony Playstation 2 (et bientôt Playstation 3) ;

- Consoles portables : Nintendo DS ; Nintendo Gameboy advance SP ; Sony PSP.

La plupart de ces consoles permet de lire les jeux des générations de consoles précédentes. Cela évite d'avoir un parc des consoles plus anciennes installé de manière permanente dans la salle.

On ne doit pas simplement mettre à disposition les consoles « de base », mais les versions les plus élaborées disponibles, pour permettre aux usagers de jouer dans toutes les configurations possibles, sans limitations dues au matériel. De tels ensembles « haut de gamme » pourraient être obtenus à moindre coût par le biais des partenariats avec les fabricants (voir partie 4, communication). On peut sans doute obtenir de la même manière la plupart des périphériques mentionnés dans le paragraphe suivant.

#### 1.1.2. Périphériques des consoles

Les consoles doivent donc être présentes avec tout le matériel annexe nécessaire :

- Plusieurs manettes par console pour permettre le jeu à plusieurs (avec multiplicateurs de ports si nécessaire) ;

- Des manettes et autres accessoires spécifiques pour certains jeux : manettes à retour de force ou vibrantes, volants et pédaliers pour les simulations de courses automobiles ou les simulations d'avions, etc. ;

- Casques avec micro pour le jeu en réseau sur Internet ;

- Disque dur et cartes mémoire (pour enregistrer les parties, etc.) ;
- Batteries, chargeurs et rallonges secteur, pour les manettes et les consoles portables ;
- Câbles de connexion entre différentes consoles, rallonges diverses... ;
- Etc.

Une liste précise de tout ce matériel, dans ses moindres détails, sera tenue à jour. On vérifiera après chaque consultation qu'aucune pièce ne manque ou n'a été endommagée.

De même, on peut étudier la possibilité de permettre aux lecteurs de venir avec leurs propres accessoires : manettes spécifiques, périphériques de sauvegarde pour enregistrer les parties, etc.

### 1.1.3. Ameublement et autres aspects techniques

Outre les consoles elles-mêmes, un équipement spécifique devra être acquis. La liste qui suit est illustrée d'exemples présentés en annexe 10.

- Trois grandes armoires qui ferment à clef, pour laisser en permanence dans la salle les consoles sélectionnées. On choisira un modèle très profond, avec portes battantes (pour un rangement facile), et serrure solide.

- Un moniteur de bonne qualité ;

- Pour les sessions de travail en groupe, un vidéoprojecteur est plus adapté ;

Un modèle de technologie LCD sera préféré à un modèle DLP (en raison de la sensibilité de certaines personnes à l'effet « arc-en-ciel » des modèles DLP). Le choix devrait se porter sur un modèle haut de gamme, étant donné l'importance de l'image pour la consultation des documents multimédias. Même remarque pour l'écran, qui devra être spacieux et de bonne qualité.

- Une banquette pour recréer les conditions habituelles d'une session de jeu chez un particulier ;

- 10 chaises pliantes et un bureau ;

- Un ordinateur relié à Internet pour consulter d'autres ressources en ligne. La connexion à Internet sera également utile aux consoles pour les parties en réseau sur le Net ;

De même, l'installation d'une antenne Wifi dans la salle devra sans doute être envisagée à terme (les nouvelles consoles utilisant ces technologies).

- Une caméra de vidéosurveillance reliée à un moniteur à la banque de communication.

Ce matériel standard peut sans doute être pris dans le mobilier actuel de la BnF. Dans le cas contraire, son acquisition peut passer par les fournisseurs actuels de la bibliothèque<sup>20</sup>.

#### 1.1.4. Déroulement d'une consultation

Avant l'arrivée des lecteurs, un agent de communication viendra ouvrir l'armoire pour sortir et installer la console demandée. Une fois cette opération effectuée, l'armoire sera refermée à clé, avant l'arrivée du ou des chercheur(s). Ce(s) dernier(s) seront accueillis dans la pièce par un agent qui expliquera les modalités de consultation et aidera si nécessaire à la mise en place. Après cet accueil, si tout se passe bien, le public sera laissé seul dans la pièce. À charge pour lui de prévenir les agents d'accueil lorsqu'il souhaitera quitter la salle.

Une caméra de vidéosurveillance filmera la salle pendant la consultation. Les images seront retransmises en direct à la banque de communication, près des places multimédias. L'intégralité de la consultation sera également enregistrée. L'enregistrement pourra ainsi être visionné après coup, en cas de problème : dégradation de matériel, vols, etc.

### 1.2. La salle « jeu en réseau »

Seconde salle de la mezzanine, elle accueillera la consultation des jeux vidéo sur PC ; particulièrement ceux en réseau, ce qui n'était pas possible jusqu'à présent. Les exemples du matériel présent dans cette salle sont fournis en annexe 10.

---

<sup>20</sup> Entreprises GARCZINSKY TRAPLOIR/OPTEOR. Liste des marchés conclus en 2005 (arrêté du 27 mai 2004 pris en application de l'article 138 du code des marchés publics). <https://marchespublics.bnf.fr/dmp/dmp.nsf/webConclus/2005?OpenDocument>.

### 1.2.1. Un mini réseau de 3 compatibles PC de dernière génération

Ces ordinateurs dernier cri seront équipés de toutes les options nécessaires à des conditions de jeux optimales (notamment la carte graphique et la mémoire vive). De par l'évolution rapide de la technologie, on prévoira de les remplacer régulièrement pour être certain que les nouveaux jeux soient consultables. Cela impliquera des frais de fonctionnement.

On veillera également à acheter des écrans de bonne résolution, avec un temps de réponse inférieur à 8 ms, pour éviter les effets de rémanence sur les jeux rapides. Enfin, on reliera le tout au moyen d'un hub et de câbles RJ45 (qui ne valent que quelques euros et qui peuvent sans doute être fournis par le service informatique de la BnF).

### 1.2.2. Des périphériques adaptés à la consultation des jeux

Pour permettre une consultation optimale, divers périphériques accompagneront les ordinateurs choisis.

- Des enceintes de bonne qualité, sur un des trois postes seulement (en cas d'utilisation simultanée de plusieurs postes, l'utilisation de casques s'impose) ;
- Trois casques ;
- Trois joypads ;
- Trois joysticks adaptés aux jeux de simulation aérienne ;
- Trois volants pour les simulations de conduite ;
- Trois webcams pour les jeux en réseau.

Bien sûr, la salle sera également équipée de chaises et fauteuils en nombre suffisant, comme la salle « consoles ».

## 1.3. Consultation en cabine

Pour les consultations individuelles, l'utilisation des cabines devra être proposée au même titre que l'installation traditionnelle en salle P — pour les lecteurs qui veulent être au calme pour leur recherche et ne pas se mélanger au public habituel de chercheurs. Les cabines existant déjà, les améliorations à apporter seraient minimales.

Comme pour le reste de la consultation en mezzanine, cette possibilité sera clairement annoncée sur le site Internet au moment de la réservation des documents ; de même, le lecteur devra éventuellement appeler un numéro de téléphone ou envoyer un courriel à une adresse particulière pour confirmer ce mode de consultation.

Des caméras de surveillance pourront être installées dans un certain nombre de cabines, comme dans les deux salles de consultation collective. Les images, diffusées au niveau de la borne d'accueil, seront également enregistrées pour consultation après coup en cas de problème. La liste du matériel installé en cabine sera soigneusement vérifiée après usage.

#### **1.4. Mise en place de sessions de travail et possibilités de sauvegarde**

Les personnes interviewées semblent toutes indiquer comme un inconvénient majeur voire rédhibitoire l'impossibilité de sauvegarder leurs consultations : en particulier, lorsque l'on consulte un jeu vidéo, il est très handicapant de ne pas pouvoir sauvegarder une partie et d'être obligé de la reprendre au début à chaque consultation. C'est pourquoi il paraît nécessaire que le service Multimédia propose à ses usagers différentes possibilités de sauvegardes :

- En ce qui concerne les logiciels sur **postes informatiques**, les lecteurs pourraient apporter leurs propres clés USB afin de conserver leurs sauvegardes.

- Cependant, s'il s'avérait que l'apport de matériel extérieur à la BnF posait un problème, ces sauvegardes pourraient passer par le biais de sessions de travail ; ces sessions existeraient sur les postes informatiques de consultation du multimédia. Les usagers pourraient ouvrir une session grâce à leur numéro de lecteur et à un mot de passe ; il leur serait impossible de récupérer les renseignements enregistrés sur ces sessions en dehors de la BnF. De plus, dans le cadre de l'installation du Wifi, la BnF souhaite prochainement installer des sessions personnalisées lors de la connexion d'un usager depuis son propre poste à Internet ; dans ces conditions, il est possible d'imaginer que ce système puisse être adapté et réutilisé pour les postes informatiques du multimédia.

- En ce qui concerne les sauvegardes sur **consoles**, les lecteurs auraient la possibilité d'apporter leurs propres cartes mémoire pour sauvegarder leurs parties.

La BnF pourrait également fournir quelques cartes mémoire adaptées aux consoles : les lecteurs pourraient en récupérer une au début de la consultation à la banque de prêt en échange d'une pièce d'identité, l'insérer dans la console pour faire des sauvegardes, et devraient la rapporter à la fin de leur séance de consultation. Ces sauvegardes seraient ensuite soigneusement conservées par la BnF, de sorte qu'un même lecteur pourrait avoir accès à sa dernière sauvegarde lorsqu'il reviendrait à la BnF.

Dans tous les cas, ces possibilités de sauvegardes pourraient faire l'objet **d'un échange entre la BnF et ses usagers** : les lecteurs auraient la possibilité de récupérer leurs sauvegardes tandis que la BnF constituerait une **bibliothèque de sauvegardes**. La BnF pourrait fournir ces sauvegardes à d'autres usagers, leur permettant ainsi de démarrer la consultation d'un jeu vidéo à partir d'un point particulier.

En tout état de cause, il semble impossible de chiffrer une telle mise en œuvre sans une étude préalable. En effet, la mise en place de sessions de travail et de possibilités de sauvegardes est un véritable projet à part entière. Nous préconisons donc l'étude de la faisabilité de ce projet par une équipe de consultants.

## 2. Améliorer le catalogue pour les jeux vidéo

### 2.1. Rendre plus visible depuis la page d'accueil du catalogue la recherche sur ce type de documents

*« Peut-être que je n'ai pas cherché comme il faut, peut-être que le site est pas bien foutu non plus, ce que je voulais regarder, au niveau de la BnF, c'était justement ce qui existait comme jeux, puisque, apparemment, il y a un moteur de recherche. [...] Je n'ai pas trouvé où il fallait chercher [rires] ! Il manque quelque chose. Non franchement, ce n'est pas indiqué correctement. Il faut vraiment chercher sur le site pour savoir que ça existe, et en plus, franchement, je ne sais pas où chercher. [...] Il faudrait pratiquement une partie du site qui soit spéciale*

*pour ça. En mettant en avant qu'il y a tel type de jeu, etc. [...] Un peu comme quand on va sur Amazon ! »*

Un programmeur

La recherche simple, pas plus que la recherche avancée ou experte, ne permet de trouver de façon efficace des jeux vidéo : il faut passer par l'option « recherches spécifiques : recherche audiovisuelle », et ensuite, de là, sélectionner « jeux vidéo » dans l'onglet « genre » de la « typologie audiovisuelle ».

Cette procédure est problématique pour plusieurs raisons :

- En premier lieu, il n'est pas du tout évident, pour les personnes qui s'intéressent au jeu vidéo, que ces documents soient de type « audiovisuel ». Ils n'ont donc vraisemblablement pas le réflexe de choisir ce mode de recherche spécifique (même si, du point de vue de l'organisation interne de la BnF et de sa départementalisation, ce classement fait sens)<sup>21</sup>.

- En second lieu, la notion de « genre » a bien un sens pour les publics potentiels de la collection de jeux vidéo : elle désigne un type de classification des jeux selon leurs scénarios et leurs règles. Les jeux peuvent être d'aventure, d'arcade, de plate-forme, de simulation, etc. Mais que le fait d'être un « jeu vidéo » soit un genre... voilà qui est plus problématique. Là encore, il est peu probable que les usagers aient le réflexe d'ouvrir l'onglet « genre » pour sélectionner les jeux vidéo.

Pour toutes ces raisons, nous proposons de différencier la recherche sur les jeux vidéo de la recherche sur les autres types de documents du département Audiovisuel. Il y aurait donc, dans la rubrique « recherches spécifiques », proposée à gauche de la page Internet d'accueil du catalogue BN Opale Plus, un autre bouton : « Jeux vidéo ».

---

<sup>21</sup> À l'article « audiovisuel » de *Wikipedia* on peut lire : « L'**audiovisuel** est un domaine qui regroupe le son et l'image. Aujourd'hui l'audiovisuel c'est la radio, la télévision, le cinéma, les productions et l'internet. » Il n'est donc pas forcément évident que le jeu vidéo en fasse partie. (<http://fr.wikipedia.org/wiki/Audiovisuel>).



## 2.2. Affiner les critères de recherche

Quatre critères de recherche semblent absolument essentiels pour les personnes que nous avons rencontrées :

1. l'environnement : PC (ou éventuellement Macintosh) ou console, et si c'est une console, laquelle ;
2. le genre : ce critère, déjà présent dans les notices de BN Opale Plus, gagnerait à être très affiné ;
3. l'éditeur ou le studio de développement ;
4. les thèmes abordés.

### 2.2.1. L'environnement

**L'environnement** figure d'ores et déjà sur les notices, et il est possible de sélectionner une marque de fabricant même en recherche non spécifique : en « recherche avancée / experte » (critère : « éditeur, imprimeur, marque... »). Or, en « recherche audiovisuelle », on peut sélectionner soit « éditeur, imprimeur, marque... », soit simplement « marque ».

Isoler un mode de recherche spécifique « jeux vidéo » permettrait de rendre cette fonctionnalité de tri par marque de console bien plus visible, et donc efficace.

On devrait en outre ajouter à la simple mention de la marque le type de console (par exemple, parmi les consoles de la marque Nintendo, pouvoir distinguer les jeux se

jouant sur GameBoy, sur Nintendo 64, sur Super Nintendo, etc.), et ajouter l'environnement PC ou Macintosh.

### 2.2.2. Le genre<sup>22</sup>

Les quatre genres distingués jusqu'alors par les catalogueurs de la BnF (« réflexion », « simulation », « arcade ou action », « jeu de rôle, d'aventure, de plate-forme ») ne nous semblent pas suffisamment précis, et n'englobent pas toutes les sortes de jeux existant actuellement sur le marché.

- Au sein de chacun de ces genres, il convient de distinguer les sous-ensembles : les jeux de rôle, par exemple, ne se confondent pas avec les jeux de plate-forme ;

- Il faut ajouter à cette liste assez restrictive un certain nombre d'autres genres reconnus dans la communauté des joueurs et fréquemment cités lors de nos entretiens : gestion, stratégie, FPS (*First Person Shooter*), RTSG (*Real Time Strategy Game*), RPG (jeux de rôle), jeux de voitures ou simulations aériennes par exemple.

### 2.2.3. L'éditeur ou le studio de développement

La notion d'auteur du jeu semble importante pour les personnes interviewées. C'est pourquoi nous suggérons, suivant des demandes répétées, de faire figurer dans la notice des jeux vidéo les studios de développement ainsi que les éditeurs des jeux, dont voici les définitions :

« **Studio** : société de réalisation de jeux vidéo et / ou d'œuvres multimédias disposant en interne des capacités de production graphiques et informatiques (programmation). Le studio travaille généralement pour le compte d'un éditeur qui lui apporte tout ou partie du financement de la production. Certains studios auto-produisent leurs créations, mais en confient la commercialisation à un éditeur [par exemple : *Quantic Dream, Ubisoft*].

**Éditeur** : société de production et de commercialisation de jeux vidéo et plus généralement d'œuvres multimédias. Certains éditeurs possèdent leur propre studio de développement [par exemple : *Hachette multimédia, Infogrames*.]<sup>23</sup> ».

#### 2.2.4. Les thèmes abordés

Entretien avec un professionnel du jeu vidéo :

*Concernant la recherche sur le catalogue, il pourrait être profitable de chercher des jeux sans connaître le titre. Récemment, il a travaillé sur un jeu avec des bulles et aurait aimé consulter les jeux utilisant des bulles. On peut alors imaginer une recherche par mots-clés « à la manière de Google ».*

Sur les notices des jeux pourrait figurer un bref résumé du scénario, comme cela se fait sur les sites commerciaux.

Voici quelques exemples :

Pour le jeu *Mario Kart Super Circuit* : « Les personnages de légende de Nintendo sont sur la ligne de départ. Mais le pilotage ne suffit pas pour gagner, il faut aussi utiliser au mieux les armes de Kart, et éviter les traquenards préparés par les autres concurrents...<sup>24</sup> »

Pour le jeu *Call of Duty 2* : « Lancez-vous dans des combats épiques. Sur le champ de bataille, les explosions sont incessantes, les avions s'écrasent à quelques mètres de vous, la terre tremble, les balles sifflent... Une jouabilité affinée, de nouvelles armes et véhicules, des environnements ouverts et variés, du désert tunisien à la rase campagne française en sont autant d'éléments qui viennent accroître le réalisme du jeu ! Le combat sévit aussi dans de nouveaux modes multijoueurs, jusqu'à 16 participants on-line (non disponible sur GameCube)<sup>25</sup>. »

Ces résumés pourraient soit être récupérés sur les sites et catalogues commerciaux, ou plus simplement sur le dos des boîtiers et livrets des jeux eux-mêmes, soit être réécrits, afin de marquer une distance avec le vocabulaire purement promotionnel. L'une ou l'autre solution pourrait être adoptée en fonction du temps dont dispose le catalogueur. Il faut cependant indiquer d'une part que la récupération de ces informations risque de poser des problèmes de droits d'auteur, et d'autre part que la qualité des informations récupérées de cette manière ne serait pas forcément systématiquement suffisante, étant donnée l'exigence du catalogue BN Opale Plus.

---

<sup>22</sup> En annexe 11 sont rassemblées un certain nombre d'informations sur les genres de jeux vidéo que distinguent le portail *Wikipedia* du jeu vidéo d'une part, et deux enseignes commerciales célèbres (la *Fnac* et *Amazon*) d'autre part.

<sup>23</sup> [www.afjv.com](http://www.afjv.com).

<sup>24</sup> [www.fnac.fr](http://www.fnac.fr).

<sup>25</sup> [www.fnac.fr](http://www.fnac.fr).

Dans un second temps, les mots clés de ces résumés devraient être indexés afin de rendre possible une recherche par thèmes sur le catalogue. On peut par exemple imaginer que soient indexés, pour le jeu *Call of Duty*, les termes « bataille », « explosions », « avions » (si le résumé avait été écrit au sein de la BnF et pas seulement récupéré sur le site commercial de la Fnac ou sur le boîtier, il aurait été intéressant de faire figurer le mot « guerre » — terme essentiel dans une logique d’indexation par thème, mais qui n’apparaît pas dans le texte promotionnel). L’indexation pourrait se faire éventuellement avec Rameau.

### 2.2.5. Les autres critères de recherche

**D’autres critères de recherche** ont été évoqués lors des entretiens que nous avons menés. Faire figurer ces informations sur les notices bibliographiques des jeux et permettre une recherche selon ces critères serait bien évidemment un plus ; cela demanderait néanmoins un travail que la section Documents électroniques n’est peut-être pas à même de fournir. Ces critères sont les suivants :

1. la durée approximative du jeu ;
2. le public légal ;
3. le nombre de niveaux ;
4. la structure narrative (le jeu génère-t-il différents scénarios, ou un seul scénario linéaire et fermé ?) ;
5. le type de vision (subjective ? surplombante ? situation démiurgique comme dans *Sim City* ?) ;
6. le nombre de joueurs (minimal et maximal) ;
7. le style graphique (deux ou trois dimensions par exemple) ;
8. le matériel utilisé pour jouer (le clavier ou la souris pour les jeux sur PC par exemple) ;
9. le genre des personnages (humains, animaux, personnages imaginaires, etc.) ;
10. jeux tour par tour ou en temps réel.

La liste de ces critères virtuellement intéressants n’est pas exhaustive ; on peut imaginer que d’autres personnes travaillant dans le monde des jeux vidéo nous en citent d’autres...

### 2.3. Enrichir les notices des jeux

L'amélioration des possibilités de recherche sur le catalogue, exposée ci-dessus, induit déjà un certain nombre de modifications des notices bibliographiques. Celles-ci doivent mentionner :

1. le studio de développement du jeu ;
2. son genre, et ce de façon beaucoup plus précise ;
3. son histoire : un bref résumé du scénario, de la mise en scène et du principe du jeu doit figurer dans la notice.

À ces trois modifications minimales, nous ajoutons une quatrième :

4. la jaquette scannée du jeu.

Cette image, systématiquement présente sur les fiches de présentation des jeux des sites commerciaux, permet à l'utilisateur d'identifier rapidement le document ; elle lui livre des informations importantes de façon immédiate. Elle pourrait être récupérée sur Internet.

Ces quatre ajouts nous apparaissent comme essentiels à la satisfaction des usagers de ce fonds bien particulier que constituent les jeux vidéo. D'autres peuvent être envisagés ponctuellement, pour certains jeux uniquement, des jeux considérés comme représentatifs d'un genre ou d'une époque et auxquels on reconnaît une importance historique, et / ou des jeux autour desquels on aura eu l'opportunité de rassembler de la documentation.

On peut imaginer enrichir les notices par des documents suivants :

1. séries de *screenshots* tirés du jeu. Ces captures d'écran ne seraient pas effectuées au sein de la BnF, mais récupérées sur les sites Internet (sites d'enseignes commerciales (sites de la Fnac, d'Amazon, de Scoregame, etc.), sites de fans (<http://www.callofduty.nl>, pour le jeu *Call of Duty* par exemple), sites purement marketing créés par les éditeurs et développeurs (<http://www.nintendo-europe.com>), etc. Cela permettrait à la fois de gagner du temps grâce à une procédure plus simple, et de contourner les problèmes juridiques liés à la propriété intellectuelle<sup>26</sup>.

---

<sup>26</sup> Le dépôt légal d'Internet qui est actuellement en train de se mettre en place peut permettre de contourner les problèmes de droits d'auteur : certains sites, dont la liste sera établie par le Département de l'Audiovisuel, doivent contenir de la documentation sur les documents récupérés par le dépôt légal (dont les jeux vidéo). La BnF pourra ainsi récupérer une grande quantité

2. vidéos du jeu, comme on peut en trouver sur les sites promotionnels ;
3. documents marketing et publicitaires émis lors de la sortie du jeu ;
4. dossiers de presse rassemblant des critiques du jeu ;
5. *game doc* (document recensant toutes les étapes et tous les choix de conception du jeu), et plus largement tout document interne antérieur à la sortie du jeu ;
6. *post mortem* (articles réalisés par les concepteurs de jeux vidéo une fois qu'un jeu rencontre du succès, relatant comment ils ont fait le jeu, pourquoi tel aspect a réussi ou non ; beaucoup sont consultables sur le site [www.gamasutra.com](http://www.gamasutra.com) que nous ont signalé nombre de nos interlocuteurs).

Ces éléments ne seraient pas directement visibles sur la page de la notice, mais l'on trouverait sur cette page un ou plusieurs liens, qui mèneraient vers ces fichiers. Différentes formules sont envisageables : des fichiers accessibles uniquement aux personnes accréditées pour le Rez-de-jardin par exemple, dont l'ouverture nécessiterait une identification préalable, des fichiers Pdf qui s'autodétruisent au bout d'une certaine durée, etc.

### 3. Les acquisitions

Nous avons mentionné précédemment qu'un certain nombre de personnes interviewées regrettait de ne pas pouvoir trouver en France certains documents : d'une part, les jeux vidéo étrangers jamais distribués en France, ainsi que les jeux anciens, et d'autre part les publications papier de référence, qu'il s'agisse de monographies ou de périodiques, essentiellement anglo-saxonnes, et tournées vers les études académiques de logiciels. La présence de ces documents à la BnF pourrait les motiver à fréquenter les espaces de consultation du multimédia. C'est pourquoi il conviendrait que la BnF

---

d'images tirées des jeux, certaines mises en ligne légalement dans le cadre de la promotion commerciale, d'autres illégalement, par des amateurs (sous la forme de captures d'écran).

développe ses acquisitions dans ces deux directions. Pour cela, une liste de références devrait être établie par les acquéreurs, selon des modalités à préciser. Nous avons tenté d'établir une première liste des logiciels ou publications demandées par les personnes interviewées, à titre d'exemple.

#### Jeux importants jamais distribués en France :

- *Chono cross* (jeu de rôle) ;
- *Daimakus shooters* ;
- *Densha de go* (série de jeux japonais) ;
- *Dragon Quest I à VII* (seul le VIII est sur le point de sortir en France) ;
- *Gundam* (de très nombreux titres autour de cette licence ne sortent qu'au Japon, à un rythme effréné) ;
- Les premiers *Final Fantasy* (jeux japonais) ;
- *Legend of mana* (jeux de rôle, notamment *Seiken densetsu 3*) ;
- *Mojib-Ribbon* (jeu de calligraphie japonaise inadaptable à l'étranger) ;
- *Super Robot Taisen* (série de jeux japonais) ;
- *Xenogears* (jeu PS1 jamais sorti en Europe) ;
- Divers jeux sur 3DO, première console de l'histoire à avoir proposé de véritables jeux en 3D (1993-1995). Cette console est relativement rare et les jeux qui lui étaient dédiés sont réputés être difficiles à émuler. Exemple de titres : *Wing Commander 3*, *Gex*, *Shockwave* ;
- De même, les jeux sur Sega Saturn (1994-2000) sont relativement rares et difficiles à émuler ;
- Beaucoup de jeux sur NeoGeo (1990-2004) sont très rares – et donc très chers.
- Les jeux sur la console Lynx d'Atari (1989-milieu des années 1990) s'avèrent également difficiles à trouver. Exemples de titres : *Dracula*, *Toki California*, *Scrapyard*.
- L'*Atomiswave*, système de jeux vidéo à cartouche pour borne d'arcade compatible JAMMA destiné aux salles d'arcade, créé par la société japonaise Sammy et sorti début 2003.

#### Pour les périodiques :

- *Edge* (Grande-Bretagne) ;

- *Game developer magazine* (<http://www.gdmag.com/homepage.htm>) ;
- *PC Gamer* (États-Unis).

## 4. La communication

### 4.1. Quels partenariats pour le multimédia ?

#### 4.1.1. Les entretiens

Parmi les thématiques abordées au cours des entretiens conduits à la veille du second comité de pilotage, un point a été soulevé à de multiples reprises par nos interlocuteurs : la nécessité de construire des partenariats entre le service Multimédia du département Audiovisuel et des organismes œuvrant dans le domaine du multimédia. Selon les propos tenus par les professionnels, ces coopérations seraient fructueuses pour plusieurs raisons :

- Ils permettraient d'accroître la visibilité des collections multimédias et des services de la salle P ;
- La valorisation du dépôt légal serait réaffirmée ;
- Les professionnels et les chercheurs dialogueraient entre eux ;
- La légitimité des collections multimédias serait confortée ;
- Les fonds patrimoniaux s'enrichiraient ;
- L'expertise de la BnF serait sollicitée.

#### 4.1.2. Les principes

Les propositions d'actions communes que nous présentons dans ce scénario ont été élaborées à partir des réponses formulées pendant les entretiens. De cette analyse, il ressort que cinq catégories de partenaires sont susceptibles d'intéresser la BnF :

- les organismes institutionnels ;
- les écoles de formation en infographie et en création de jeux vidéo ;
- les musées d'art contemporain ;
- les éditeurs et les studios du secteur du jeu vidéo ;
- les associations de collectionneurs.

Ces actions communes devront être conçues sur la base du volontariat et devront se fixer des objectifs précis. Les opérations se dérouleront sur le site Tolbiac de la BnF (la salle P et les auditoriums) et dans les espaces d'accueil des organismes partenaires. Les personnes responsables de leur réalisation et les moyens nécessaires à leur mise en œuvre seront connus au plus tôt. Enfin, un échéancier sera prévu pour évaluer les résultats des partenariats à intervalle régulier. Dès lors, l'ensemble de la démarche sera formalisé dans une convention signée entre les parties. En outre, une déclaration d'intentions et d'intérêts réciproques conclue avant toute convention facilitera le rapprochement des futurs partenaires.

#### 4.1.3. Cinq types de partenariats pour le multimédia

##### 4.1.3.1. *Les organismes institutionnels*

#### **Objectifs**

Les missions des organismes publics ont souvent partie liée avec la technologie du multimédia. De ce fait, le domaine de compétence du service Multimédia coïncide avec les prérogatives de certaines institutions publiques du secteur de la culture ou de l'éducation. Il est donc impératif que les responsabilités de chacun soient identifiées avec précision. Un partenariat aiderait à mieux répartir les attributions de chaque institution.

#### **Contenus**

Le Conservatoire national des arts et métiers (Cnam) est chargé par le ministère délégué à la recherche, d'un programme de sauvegarde du patrimoine scientifique et technique contemporain. Cette mission se traduit par le lancement d'opérations d'inventaire et de valorisation du patrimoine informatique. Le service Multimédia en raison de sa connaissance fine du secteur national de l'édition multimédia pourrait orienter la stratégie conservatoire du Cnam. À terme, une cartographie des lieux de conservation du matériel informatique compléterait utilement l'offre documentaire de la salle P puisque la lecture de certains supports électroniques nécessite parfois de recourir à des machines que ne possède pas la BnF.

Le Centre national de la cinématographie (CNC) alloue chaque année deux types d'aides pour encourager la création sur support multimédia. Le CNC gère le dispositif pour la création artistique multimédia, un fonds d'aide aux créateurs dans l'univers du numérique (107 projets en 2005) et le fonds d'aide à l'édition multimédia (70 projets en 2005). Ces aides sont attribuées au vu de dossiers déposés par les candidats. Ces documents présentent un intérêt pour la recherche dans la mesure où les sociétés éligibles aux aides à la création fournissent des données sur leurs activités éditoriales. Aussi, un versement de ces archives auprès du service Multimédia permettrait de conserver et communiquer ces dossiers.

#### 4.1.3.2. *Les écoles de formation en infographie et en création de jeux vidéo*

### **Objectifs**

Les opérations de partenariats avec ce secteur de l'enseignement supérieur (infographie et jeux vidéo) ont vocation à informer les étudiants, futurs professionnels et décideurs de l'industrie du numérique, de l'existence des collections patrimoniales multimédias et des services rattachés à la salle P. De surcroît, la BnF remplirait assurément sa mission éducative en contribuant à la formation culturelle des étudiants dans un secteur où les repères intellectuels restent à construire. Enfin, la BnF jouerait un rôle archivistique inédit en devenant le dépositaire des mémoires rédigés par les étudiants en fin de cursus.

### **Contenus**

Visites :

Une visite de la salle P assortie d'une présentation des outils de recherche (catalogue BN Opale Plus, réservation d'une place, système de l'accréditation) serait proposée en début de cursus aux établissements délivrant une formation en infographie et en jeux vidéo.

Parmi les organismes concernés, citons le cas de la Direction générale de la Coopération internationale et du Développement (DgCiD) du ministère des Affaires étrangères qui a initié les *Premières Rencontres Internationales des Médias Numériques* en 2005. Cette manifestation réunit les écoles françaises et étrangères dans le domaine numérique, promeut le savoir-faire français (animation 2D/3D, infographie, multimédia, programmation) et invite des étudiants étrangers.

Le service Multimédia a un rôle à jouer en organisant des visites et une formation à la recherche documentaire pour les étudiants étrangers invités par le ministère des Affaires étrangères.

Travaux Dirigés :

L'École Nationale du Jeu et des Médias Interactifs Numériques (ENJMI), établissement d'envergure nationale situé à Angoulême, a pour mission de délivrer un master Jeu et Médias Interactifs Numériques. Certaines unités d'enseignement nécessaires à l'obtention du master sont conçues de telle sorte que les logiciels de jeux sont mis à contribution. À titre d'exemple, l'unité d'enseignement « Principes de la conception des jeux vidéo (MJV203) » du second semestre a pour objectif de faire « acquérir les principes de conception des jeux utilisés dans l'industrie », et pour pré-requis le « processus de production dans les média linéaires et non linéaires ». Le cours aborde successivement : « l'écriture dans l'espace et le principe du labyrinthe, le niveau scénarisé et le codage scénarique, le niveau par interactions entre objets et le codage par automates, ordonnancement des quêtes et convergence dans un niveau. » Cette unité d'enseignement, parmi d'autres, gagnerait à localiser ses travaux dirigés dans la mezzanine de la salle P (salle Louis Lumière) et profiterait de la sorte des documents multimédias du dépôt légal. Ces travaux dirigés accueilleraient des groupes de quinze étudiants, sur une promotion comptant quarante-cinq étudiants, pour ne pas dépasser les capacités des salles de la mezzanine.

Archives :

Le directeur pédagogique de l'Institut Supérieur des Arts Appliqués nous a fait part de son inquiétude quant à la conservation des travaux des étudiants. En fin de cursus, les prototypes réalisés par les étudiants du cycle animation 2D-3D et ceux du cycle jeux vidéo sont évalués et déposés à l'école. Une quinzaine de jeux sont ainsi développés chaque année depuis 2003 ; pour autant, très peu demeurent exploitables en raison du renouvellement constant du logiciel retenu pour la conception des prototypes.

Une solution passerait par la création d'un partenariat avec la BnF qui mettrait en œuvre sa fonction patrimoniale en recevant le dépôt de ces travaux d'étudiants de la manière suivante :

- Convention avec LISAA pour un dépôt de nature archivistique ;
- Dépôt à la section Documents électroniques du service Multimédia de quinze dévédéroms par an accompagnés de leur démonstration vidéo et du *gamedoc* ;
- Inventaire ;
- Signalement et indexation dans BN Opale Plus (mentions de responsabilité, mentions d'édition, collation) ;
- Acquisition par la BnF des versions successives du logiciel de création d'application 3D *Dev* de Virtools ;
- Communication en salle P.

#### 4.1.3.3.

#### *Les éditeurs et studios de jeux vidéo*

### **Objectifs**

Un partenariat avec les éditeurs (société de production et de commercialisation de jeux vidéo) et les studios (société de réalisation de jeux vidéo) donnerait la possibilité au service Multimédia de rendre compte de son activité auprès des professionnels de ces secteurs de l'économie numérique. La mission patrimoniale de la BnF serait également remplie si les éditeurs et les studios acceptaient de faire don de leurs archives.

### **Contenus**

#### Colloques et journées d'étude

En programmant sur le site Tolbiac des colloques et journées d'étude consacrés aux acteurs du secteur éditorial français du jeu vidéo, la BnF participerait à la promotion d'une nouvelle facette de la culture contemporaine nationale, et ce en accord avec les orientations récentes du ministère de la Culture et de la communication. Par ailleurs, lors de ces rencontres, la publicité faite sur les collections de la salle P sensibiliserait ces professionnels à l'importance de la mission patrimoniale de la BnF.

Ces colloques et journées d'études questionneraient des thèmes tels que « l'histoire du jeu vidéo », « le jeu vidéo français est-il une exception ? » ou « le jeu vidéo et l'art contemporain ».

Les intervenants pourraient être des professionnels, comme par exemple Emmanuel Guardiola, chargé de recherche en Game design chez Ubi Soft,

Frédéric Raynal, créateur du jeu *Alone in the Dark*, Renaud Jungmann, responsable pédagogique à LISAA, comme des chercheurs en sciences humaines et sociales, tels que Sébastien Genvo du Centre de recherche sur les médiations de l'Université Paul-Verlaine-Metz, Yves Jeanneret, enseignant-chercheur en sciences de l'information et de la communication à la Sorbonne, ou Thomas Gaon, psychologue clinicien et chercheur.

Annuaire professionnel :

Depuis 2004, David Téné et Laurent Defrance publient un annuaire intitulé *le Guide du jeu vidéo*. Le référencement du service Multimédia dans ce guide permettrait de signaler son existence aux professionnels en spécifiant ses missions au sein de la BnF.

Les archives professionnelles :

Les chercheurs et enseignants contactés pour participer aux entretiens nous ont avertis de la difficulté qu'ils rencontrent pour consulter les archives professionnelles produites par les éditeurs et les studios de jeux vidéo. Le service Multimédia serait en mesure de garantir la conservation et la consultation publique de ces documents en envisageant un partenariat avec des sociétés telles qu'Ubi Soft ou Infogrames. Ces documents présentant un intérêt pour la recherche sont :

- **Le *gamedoc*** : document rédigé avant la production qui enregistre toutes les recherches aboutissant au jeu final.

- **Le *post mortem*** : document rédigé par les créateurs après la production d'un jeu et dans lequel les motivations des auteurs, les difficultés rencontrées, les nouveautés du produit sont explicitées. Du format d'un article, le *post mortem* est illustré d'images du jeu.

- **La démonstration** : capture vidéo d'un jeu en cours de partie.

Les différentes phases de la coopération, c'est-à-dire le versement selon les normes archivistiques, sont les suivantes :

- Signature d'une convention de donation ou de dépôt ;
- Collecte après un premier tri exercé par le donateur selon un tableau de gestion simple ;
- Tri des documents versés ;
- Classement, inventaire et catalogage ;

- Rangement en magasin dans la Tour des Nombres ;
- Communication selon les délais prescrits par la loi du 3 janvier 1979 ;
- Valorisation des archives via la numérisation avec autorisation des ayants droit.

#### 4.1.3.4. Les musées d'art contemporain

##### **Objectifs**

Grâce à des liens tissés avec les institutions muséales, la collection d'œuvres d'art multimédias de la BnF accéderait à une meilleure visibilité. La participation du service Multimédia aux expositions et journées d'études avec les musées d'art contemporain valoriserait ces fonds artistiques.

Un artiste a affirmé au cours d'un entretien : *« une pratique ne peut s'inscrire que dans une histoire. Et un artiste numérique est un artiste avant tout, il ne déroge pas à la règle. C'est même peut-être plus important, car il doit davantage faire la preuve qu'il est un artiste, et donc se référer à l'histoire de l'art (sinon, il n'est qu'un joyeux drille...) »*. L'offre documentaire répond à ce besoin. Or, ce type de partenariat vise à créer chez les professionnels du monde de l'art (conservateurs du patrimoine, experts, galeristes, historiens de l'art, journalistes) et chez les artistes eux-mêmes le désir de fréquenter la salle P.

##### **Contenus**

###### Le signalement des collections

Le Musée national d'art moderne (Mnam) situé dans le centre Georges-Pompidou abrite la *Collection Nouveaux Médias* qui rassemble 1 558 œuvres réalisées par 640 artistes. Depuis 1996, 22 artistes (entre autres Zoé Beloff, Martin Le Chevallier, William Forsythe et Jean-Louis Boissier) ayant utilisé le cédérom comme support de travail (soit 19 œuvres) figurent dans cette collection. Leurs travaux sont signalés dans la catégorie « nouveau média interactif ». Hormis ceux de Jean-Louis Boissier, les cédéroms artistiques recensés à la BnF et au Mnam ne doublonnent pas.

Un partenariat entre ces deux institutions consisterait premièrement à établir un lien hypertexte entre le catalogue BN Opale Plus et celui du Mnam, tous deux en ligne sur Internet. Deuxièmement, le Mnam dispose d'une salle de consultation équipée de postes informatiques dédiée à la *Collection Nouveaux Médias*. Cet

espace de consultation pourrait mettre à disposition les documents multimédias de la BnF via une formule de prêt ou la fourniture de copies avec l'accord des artistes. Un document papier présentant la collection d'art multimédia de la BnF et le dispositif d'accès à la salle P trouverait naturellement sa place dans cette salle de consultation.

#### La valorisation des collections

En 1998 a été fondé le site Web *l'Encyclopédie Nouveaux Médias* par quatre centres d'art contemporain : le Musée national d'art moderne (Paris), le Museum Ludwig (Cologne), le Centre pour l'image contemporaine Saint-Gervais (Genève) et le Fonds national d'art contemporain (Paris). En se connectant à cette *Encyclopédie*, l'internaute accède librement à un catalogue trilingue de collections européennes d'art contemporain numérique. Il compte à ce jour 6 000 pages et 500 extraits vidéo et sonores de 182 artistes.

Les institutions participant à cette entreprise concluent la présentation du catalogue en invitant « d'autres collections publiques [à] se joindre au projet et [à] l'enrichir par leur collaboration ». Le service Multimédia a tout intérêt à saisir cette opportunité qui conduirait à mettre en ligne une copie, avec autorisation des ayants droit, des cédéroms du dépôt légal relevant de l'art numérique.

Le Palais de Tokyo est un autre partenaire qui permettrait à la BnF de renforcer son action en faveur de la valorisation des collections. Cette institution dispose de salles d'exposition (4 000 m<sup>2</sup> sur trois niveaux) et met sur pied une programmation qui témoigne d'un fort intérêt pour le jeu vidéo. En 2002, l'exposition *Tokyo Games*, conçue sous la houlette de Laurence Hazout-Dreyfus, commissaire d'exposition, a rassemblé des jeux vidéo créés sur bornes d'arcade par des artistes tels que Team Chman, Palle Torsson et Tobias Bernstrup. Dans ces conditions, la réalisation d'une exposition sur le jeu vidéo au Palais de Tokyo en association avec la BnF serait l'occasion de mettre en valeur le fonds de logiciels de jeux du dépôt légal.

#### 4.1.3.5. *Les associations de collectionneurs*

### **Objectifs**

Le partenariat avec les associations de collectionneurs de matériels informatiques et de logiciels vise un double objectif : partager l'expertise dans le

secteur informatique et enrichir le fonds multimédia au moyen d'acquisitions de matériel *hardware*.

### **Contenus**

Parmi les associations de collectionneurs, deux ont retenu notre attention.

L'association MO5.COM collecte les vieilles machines informatiques et les logiciels et mène une action de nature patrimoniale en préservant ce matériel dans un local à Saint-Ouen. Les conditions de conservation respectent les normes en vigueur dans les musées.

La loi de juin 1992 relative au dépôt légal rend obligatoire le dépôt du support multimédia mais pas de la machine nécessaire à sa lecture. En collaborant depuis peu avec le service Multimédia, l'association remédie à cet inconvénient. En effet, elle est chargée de centraliser les dons ou ventes d'ordinateurs et de consoles de jeux réalisés par ses membres au profit des collections de la BnF. Le besoin en matériel informatique est évalué à 70 ordinateurs et consoles. Ce partenariat confie en outre à l'association la responsabilité de restaurer le matériel informatique ayant intégré les collections multimédias.

À Grenoble, depuis 1985, l'association Aconit se consacre à la conservation et la restauration d'ordinateurs anciens. À ce jour, mille machines et logiciels ont été collectés, inventoriés et catalogués. D'ores et déjà, des actions communes sont esquissées : traitement des archives et du fonds de logiciels, participation du service Multimédia à un site Internet sur le patrimoine informatique.

Cette situation mériterait d'être développée avec la mise en place d'un pôle associé de partage documentaire ou d'un pôle label qui coifferait ce type de coopération. Organisés en réseau, ces pôles associés de partage documentaire ont pour mission d'enrichir les collections patrimoniales hors la voie du dépôt légal. Une aide financière est allouée moyennant le signalement des documents dans le catalogue collectif et la mise à disposition de ces ressources aux chercheurs. Le *pôle label* se limite à formaliser des méthodes de travail communes dans un domaine et ne donne pas droit à financement. Dans tous les cas, une convention est conclue entre les établissements.

Inscrit dans le cadre d'un pôle associé, ce partenariat garantirait la pérennité des actions entreprises par ces deux associations. Le rôle crucial joué par ces

acteurs qui apportent bénévolement un savoir-faire pointu serait reconnu officiellement par le ministère de la Culture et de la communication. De surcroît, leurs membres se sentiraient ainsi encouragés à fréquenter la salle P pour mener des travaux de recherche à titre personnel ou au nom de l'association.

## **4.2. Annuaire et lettre d'information**

Lors du précédent comité de pilotage, nous avons insisté sur l'importance de la communication autour du fonds multimédia et, plus précisément, de la salle P. En effet, la nécessité d'informer le public potentiel de l'existence et des ressources de la salle P s'est imposée à la suite des entretiens : la plupart des personnes interrogées avouaient leur méconnaissance de ce fonds atypique et de la salle de consultation qui lui est attachée.

Le développement de la communication, ainsi que le proposait le scénario 1, est mis en place en trois temps. Il s'agit tout d'abord de constituer un annuaire, puis de diffuser une lettre d'information, et enfin de créer des partenariats entre la BnF et les milieux professionnels du multimédia.

### **4.2.1. L'annuaire**

L'annuaire constitue tout d'abord un répertoire utile au service Multimédia puisqu'il répertorie les adresses de professionnels avec lesquels il doit travailler dans le cadre du dépôt légal. En outre, cet annuaire s'impose comme un préalable indispensable à la mise en place de la lettre d'information du service Multimédia.

Il s'agit d'un répertoire qui liste à la fois les adresses électroniques des professionnels et des chercheurs du Multimédia mais aussi des sites consacrés à ce même secteur.

L'annuaire (annexe 15) est constitué des adresses de particuliers qui ont donné leur accord pour y figurer et qui ont accepté également de recevoir la Lettre d'information. Quant aux adresses de professionnels et / ou de chercheurs qui étaient disponibles sur Internet, elles ont été automatiquement insérées à notre annuaire.

Les adresses de sites spécialisés seront également utiles pour diffuser les informations du service Multimédia. Elles figurent dans le second tableau.

Cette liste initiale de contacts n'est absolument pas figée mais destinée, au contraire, à évoluer. En effet, elle sera enrichie par les abonnements des personnes qui, visitant le site Web de la BnF, désireront être informées de l'actualité du service et renseigneront en ligne un formulaire. Ce dernier sera disponible sur la page Web qui apparaît après avoir cliqué sur l'onglet « offre culturelle et éditions » visible sur la page d'accueil du site puis sur « Lettres d'information ».

#### 4.2.2. La lettre d'information électronique

La lettre d'information est un mail publiposté régulièrement qui vise à informer un réseau d'abonnés. D'abord composée des personnes inscrites sur l'annuaire présenté précédemment, cette liste d'abonnés devra être enrichie progressivement.

C'est un excellent moyen de communication qui permet de diffuser des informations sur l'activité, l'évolution mais aussi l'actualité des collections multimédias de la BnF. Cette lettre s'impose pour informer les professionnels du multimédia adeptes d'Internet et des nouvelles technologies.

En outre, la rubrique « lettre d'information » du site de la BnF affirme que « ces lettres sont appelées à se multiplier ». Ainsi, cette lettre d'information du service Multimédia apparaît dans un contexte favorable.

Elle constitue un outil de diffusion d'information de type *push*, c'est-à-dire que le destinataire n'a pas besoin de procéder à une recherche pour trouver l'information mais la reçoit directement dans sa boîte aux lettres électronique sans avoir à en faire la demande. Ainsi, cette lettre est un outil de veille d'information pour le destinataire, qui n'a plus à effectuer des démarches actives de recherche.

##### 4.2.2.1. Pourquoi une lettre d'information ?

La principale fonction de cette lettre d'information est d'informer l'internaute de l'évolution et de la vie du service Multimédia. Ainsi la collection multimédia, mal connue du public de professionnels comme nous l'avons constaté dans notre enquête, est mise en valeur et présentée à travers une information ciblée. Cette lettre prévient également l'abonné des nouveautés du service.

Enfin, elle lui donne l'envie de mieux connaître les collections multimédias et de venir les consulter en salle P. Bref, elle fidélise le lecteur.

#### 4.2.2.2. *Mise en forme*

Dans sa mise en forme, cette lettre électronique s'inspire largement de la lettre du département Audiovisuel.

La lettre est réalisée en interne et confiée à un rédacteur qui en assure le contenu éditorial. Celui-ci est en relation avec les autres rédacteurs qui appartiennent à l'équipe du service Multimédia. Grâce au courrier électronique, on peut également envisager d'émettre des appels à contribution auprès d'acteurs du réseau. Ainsi le champ d'action de la lettre d'information est considérablement élargi.

Le document est rédigé sous format Word et assorti de visuels. Il est envoyé à différents interlocuteurs pour :

- la validité éditoriale (la lettre est soumise à toutes les instances hiérarchiques : relais entre la DCO et le directeur des collections, la directrice générale, et le service de coordination Internet qui la traduit en HTML) - soit trois personnes ;
- la mise au point des balises (département Audiovisuel) - soit une personne ;
- l'équipe des webmestres du service de coordination Internet (rattachée à la délégation à la Communication) - soit un webmestre qui la traduit dans le gabarit de la maquette HTML, et la met en ligne puis l'envoie aux destinataires.

Au total, cinq personnes sont donc impliquées dans sa réalisation.

On y retrouve le logo du service ainsi que celui de la BnF et le titre de la lettre est explicite. La date et le numéro de la lettre figurent également sur l'entête.

Cette lettre propose essentiellement des synthèses et des brèves. Les textes plus longs peuvent être disponibles sur un site Internet par le biais d'un lien ou par une note indiquant les sources bibliographiques précises.

Pour faciliter la lecture, la lettre débute par un sommaire récapitulant les points qui y sont développés. Dans la même perspective, chaque brève doit être précédée d'un titre ou d'un sous-titre explicite.

La charte graphique peut évoluer mais la lettre d'information doit rester rapidement identifiable par le destinataire.

#### 4.2.2.3. *La diffusion*

Il existe deux types de formats : le format texte brut et le format HTML. Ici c'est donc le format HTML qui est privilégié puisque aujourd'hui la plupart des logiciels de messageries reconnaissent ce format. Ainsi la lettre devient une vraie page Web attractive.

Le coût de diffusion de la lettre est très faible.

Elle est diffusée régulièrement. La lettre du département Audiovisuel paraît quatre fois par an ; on peut envisager la même fréquence pour la lettre du service Multimédia.

Pour s'abonner à la lettre, le futur destinataire devra renseigner un formulaire d'abonnement disponible sur le site de la BnF. La mise en place d'une liste de diffusion permettant d'automatiser les demandes d'abonnements et les envois de lettre peut être judicieuse. Cette pratique existe déjà pour la lettre d'information de l'Audiovisuel.

Afin d'éviter tout risque de malentendu, il est conseillé d'envoyer aux nouveaux abonnés un mail de bienvenue afin de leur confirmer leur abonnement et leur expliquer les procédures de désabonnement.

#### 4.2.2.4. *Le contenu*

La création d'une lettre d'information nécessite de l'alimenter régulièrement avec une information renouvelée et spécifique.

Concernant le contenu de la lettre d'information, on y trouvera les rubriques suivantes<sup>27</sup> :

- Éditorial : la lettre peut être introduite par un court éditorial.
- Collection : les nouveaux documents marquants entrés dans les collections, que ce soit par dépôt légal, par achat ou par don seront signalés. La présentation de ces documents sera éventuellement enrichie d'un dossier visant à les faire connaître davantage. De même, le fonds dans sa diversité (fonds papier et documents multimédias) sera mis en valeur.
- Services aux lecteurs : ils bénéficieront eux aussi d'une rubrique particulière. Le lecteur sera informé des modalités de consultation des documents

---

<sup>27</sup> Bien entendu, cette liste de suggestions reste indicative et n'est en aucun cas exhaustive.

en salle P. Les nouvelles fonctionnalités du catalogue peuvent également être exposées ici.

- Animations : on y récapitulera les derniers événements autour du multimédia en salle P notamment, mais on y annoncera aussi les animations à venir.
- Brèves : quelques brèves, enfin, référencent les informations émanant d'autres sites Internet. Cette rubrique permet de récapituler l'actualité du secteur.
- Informations pratiques : la lettre est close par les informations suivantes : procédure de désabonnement, adresse du site & contact.

#### 4.2.2.5. *Archivage et communication*

On peut envisager l'archivage des différents numéros de la lettre. Cette lettre peut être mentionnée au sein de la signature des courriers électroniques du service Multimédia. Cela permet de faire connaître la lettre pour pouvoir la diffuser le plus largement possible.

### 4.3. **Référencement réciproque de sites Internet**

Dans le cadre des partenariats Internet, il serait envisageable que la BnF référence dans ses signets un certain nombre de sites Internet, qui en échange mentionneraient également le site de la BnF. Ce référencement réciproque permettrait à la BnF d'être mieux connue dans le monde des chercheurs et des professionnels du multimédia, qui, de par leur proximité professionnelle avec les nouvelles technologies et Internet, passent constamment par Internet pour obtenir des informations sur l'actualité du multimédia.

Les signets multimédia proposés actuellement par la BnF sont les suivants :

- AFJV ; All game guide ; Gros Pixels ; MaXoE ; MO5.com ; Music4games ; PEGI ; Phijvmi ; Polygonweb ; Pong-story ; Silicium.

À ces signets, le groupe projet propose les ajouts suivants :

- **Association pour un conservatoire de l'informatique et de la télématique** ; ACONIT est une association grenobloise qui œuvre dans le but de préserver le patrimoine informatique et de diffuser la culture technologique auprès du grand public : <http://aconit.org>

- **Association pour le Développement des documents numériques en bibliothèques** ; l'ADDNB se donne pour mission de développer l'utilisation de tous les documents numériques (logiciels, cédéroms, Internet, etc.), d'encourager la coopération entre les bibliothèques et de favoriser la communication avec les éditeurs, organismes et associations concernés : <http://www.addnb.fr/>

- **École Nationale du Jeu et des Médias Interactifs Numériques** ; située à Angoulême, l'École Nationale du Jeu et des Médias Interactifs Numériques est un établissement public d'enseignement supérieur et de recherche. L'ENJMIN est créée sous le statut d' « Institut du Conservatoire national des arts et métiers » (Cnam). Sa vocation est de former des professionnels, des chercheurs et des artistes de haut niveau (formation initiale ou continue), et de constituer un lieu de recherche fondamentale et appliquée dans les domaines scientifiques et techniques, supports des médias interactifs : <http://www.enjmin.net/>

- **École nationale supérieure des arts décoratifs** : l'École nationale supérieure des arts décoratifs est un établissement public national à caractère administratif placé sous la tutelle du ministère de la Culture et de la communication. Elle a pour mission la formation artistique, scientifique et technique de créateurs aptes à concevoir, promouvoir, développer toute réalisation dans les diverses disciplines des arts décoratifs, la conduite et la valorisation de recherches dans ces disciplines : <http://www.ensad.fr/accueil.htm>

- **Gamasutra** : site en anglais consacré à l'actualité des jeux vidéo ; <http://www.gamasutra.com>

- **Gamekult** : site en français consacré à l'actualité des jeux vidéo ; <http://www.gamekult.com>

- **L'École supérieure de l'image** : l'École supérieure de l'image est une école d'art vouée aux arts numériques, implantée dans deux sites, Angoulême et Poitiers : <http://www.gipesi.net/>

- **Les Gobelins** : les Gobelins forment au travers de leurs différents programmes, délivrés par la voie du temps plein, de l'alternance ou de la formation continue, en multimédia, cinéma d'animation, communication graphique, photographie et vidéo : <http://www.gobelins.fr/formation/>

- **Grand Text Auto** : blog en anglais consacré à la recherche sur les jeux vidéo : <http://grandtextauto.gatech.edu>

- **Jeuxvideo.com** : site en français consacré à l'actualité des jeux vidéo ; <http://www.jeuxvideo.com>

- **Le Jeu vidéo et son Industrie Rassemblent leurs Acteurs Français** : l'association JIRAF, créée en 2003, cherche à rassembler tous les professionnels français du jeu vidéo dans le but de valoriser ce domaine, mais également dans celui de sensibiliser l'opinion et le grand public sur l'intérêt artistique des jeux vidéo : <http://www.jiraf.org/>

- **Ludology.org** : blog en anglais consacré à la recherche sur les jeux vidéo : <http://www.ludology.org>

- **Mobygames.com** : site en anglais de documentation sur les jeux vidéo : <http://www.mobygames.com>

- **Observatoire des mondes numériques en sciences humaines** : l'OMNSH est une association de jeunes chercheurs ayant pour objet d'étude la technologie numérique ; elle se veut « une plate-forme d'information, de réflexion et d'échange entre la recherche universitaire, les professionnels, la presse et le public, tous quatre liés par cette technologie » : <http://www.omnsh.org/>

- **Terranova** : blog en anglais s'intéressant à la recherche sur les jeux vidéo, et en particulier sur les MMORPG : <http://terranova.blogs.com>

## ***Conclusion : Conditions de succès et risques d'échec***

Insistons tout d'abord sur le fait que l'ensemble des projets présentés dans ce document est conditionné par la politique de communication de la Bibliothèque nationale de France, en particulier en ce qui concerne le nouvel aménagement des espaces de consultation. C'est d'ailleurs ce point qui pose le plus de problèmes, pour les raisons suivantes.

Tout d'abord, ces raisons sont internes à la BnF : ce projet nécessite un budget, budget qui n'était pas prévu pour ce projet, et il convient donc de réussir à convaincre de l'intérêt d'un nouvel aménagement. C'est ce que nous avons essayé

de faire à travers notre travail. Cet aspect du projet n'est pas sans risque puisqu'il convient de réaménager l'espace physiquement ; des travaux ne se font pas sans heurts. Enfin, il faut d'une part, comme indiqué plus haut, communiquer ces changements au public, mais d'autre part les communiquer de la manière adéquate ; et enfin, il est possible que le public, contrairement au but recherché, se sente isolé dans ces salles excentrées, au lieu de s'y sentir à l'aise.

En revanche, si ce projet est bien réalisé, on aura répondu à l'attente principale des usagers potentiels : permettre la consultation des logiciels, et tout particulièrement des jeux vidéo, dans des conditions optimales qui leur permettront de reproduire celles qu'ils auraient chez eux. C'est donc dans ce point que réside l'attente première des usagers potentiels.

Les conditions actuelles sont favorables au lancement de partenariats pour plusieurs raisons.

En tout premier lieu, la volonté politique affichée depuis peu par le ministère de la Culture facilitera la mise en œuvre d'opérations de partenariats. Par exemple, les signes politiques en faveur des créateurs de jeu vidéo ne manquent pas. Soucieux de développer cette industrie, les pouvoirs publics ont successivement créé le fonds d'aide à l'édition multimédia (FAEM) puis un crédit d'impôt en faveur du jeu vidéo. Geste fort de l'État, le ministre chargé de la culture a élevé au grade de chevalier des arts et des lettres Frédérick Raynal (réalisateur de *Alone in the Dark*) et Shigeru Miyamoto, le créateur de Mario.

Bien plus, cette volonté politique coïncide avec les orientations pédagogiques des écoles de formation en infographie. Des établissements nouveaux se créent chaque année : l'École nationale du jeu et des médias interactifs numériques date de 1999. Par ailleurs, nombreux sont les enseignants qui déplorent l'absence en France de lieux de ressources spécialisés dans le contenu numérique et le jeu vidéo. La BnF en l'occurrence répondrait aux besoins documentaires de cette communauté d'étudiants et de professeurs dont les effectifs vont croissant.

En second lieu, cette politique de partenariats satisferait la logique de réseau mise en place par la BnF depuis 1994. À cette date, il a été décidé que la BnF serait la tête de réseau d'un ensemble de pôles associés. Forte de cette expérience de coopération, la BnF ne peut qu'encourager des opérations de partenariat entre le

service Multimédia et des organismes variés dans la perspective d'enrichir l'offre documentaire et les services ad hoc.

Enfin, la diversité des partenaires susceptibles de nouer des échanges documentaires avec le service Multimédia accroît les chances de réussite de cette politique partenariale. Nombreux sont les musées, les écoles, les associations dont l'activité relève du multimédia ; certains de ces organismes poursuivent une mission patrimoniale analogue à celle du dépôt légal.

Nonobstant ce faisceau d'éléments encourageants, le lancement des partenariats formulés par le groupe projet risque d'être retardé par quatre écueils :

Tout d'abord, aucun budget de fonctionnement n'a été alloué pour ces opérations. Dans ces conditions, le traitement des archives (inventaire, catalogage, magasinage et numérisation) est compromis sur le court terme.

D'autre part, l'engagement des opérations de coopération nécessite la signature préalable de conventions recensant l'ensemble des actions. Or, le processus interne à la BnF de ratification des conventions est long (une dizaine de mois) puisque plusieurs services doivent valider ce document qui devra en dernier lieu être visé par la présidence. De même, l'organisation de colloques et de journées d'études exige un délai de douze mois. Ce facteur temps est donc primordial dans l'évaluation du partenariat.

Autre problème technique susceptible de ralentir la mise en œuvre de coopérations : le droit de la propriété intellectuelle. Le groupe projet propose au service Multimédia de participer à *l'Encyclopédie Nouveaux Médias* et de communiquer des archives privées. Dans les deux cas, l'autorisation des ayants droit devra être sollicitée pour copier sur support numérique les documents des fonds ou pour communiquer les archives. Dès lors, un refus de la part des titulaires des droits ou une autorisation accordée avec paiement des droits limiterait la réussite des partenariats.

Enfin, la culture professionnelle des éditeurs et des studios est un obstacle à ne pas négliger. Par exemple, les données économiques et techniques de ces sociétés ne sont pas rendues publiques. De ce fait, établir une coopération avec un organisme public comme la BnF ne sera pas accepté sans crainte par ces professionnels habitués à se méfier de leurs concurrents. Par conséquent, une

période de négociations devra être entamée pour les persuader de verser leurs archives ou de participer aux colloques sur l'édition numérique, faute de quoi une fin de non-recevoir sera signifiée à toute demande de coopération.

Pour finir, en ce qui concerne le remaniement du catalogue, il s'agit là d'un point sensible puisqu'il concerne non seulement le département Audiovisuel, mais également l'ensemble des départements de la BnF. Néanmoins, certaines améliorations, et tout particulièrement celles qui concernent les notices en elles-mêmes, seront réalisées au sein du département, sans besoin d'une intervention extérieure. Il conviendra en ce cas de réfléchir de manière très précise à la forme que devront prendre ces notices, de manière à les harmoniser au maximum. Il serait en effet dommage de rédiger des notices dont le niveau de description du document serait excessivement approfondi ; les usagers risqueraient de ne plus s'y retrouver et d'abandonner la consultation du catalogue, qui, bien enrichi, peut pourtant être un outil de travail en tant que tel.

Certes, de gros risques existent dans les différents aspects de ce projet (en particulier le problème du budget) ; cependant, les enjeux n'en sont que plus essentiels, puisque sont développées dans ce document les demandes faites de manière récurrente par les usagers potentiels interviewés ; or, ce sont bien ces demandes précises, et elles seules, qui motiveraient la venue à la BnF d'un certain nombre d'usagers potentiels rencontrés.

## ***Partie 6 : Compte-rendu du troisième comité de pilotage***

Étaient présents à ce troisième et dernier comité de pilotage :

Trois membres du groupe projet (Marion Chaigne, Magali Gouiran et David Benoist) ;

Alexis Blanchet, chercheur associé à la BnF ;

Alain Carou, responsable du service Images animées ;

Catherine Cyrot, tutrice du groupe ;

Marie Fauchoux, chargée de collection à la section Documents électroniques ;

Grégory Miura, responsable du service Multimédia de la BnF et commanditaire du projet ;

Romuald Ripon, responsable de la délégation à la Stratégie.

Lieu : salle Louis Lumière, Rez-de-jardin, BnF.

Le groupe a rapidement présenté les éléments du document fourni par avance aux membres du comité. Lors de la dernière réunion, le commanditaire avait retenu le scénario 2, agrémenté d'éléments tirés des deux autres propositions : aménagement des salles de mezzanine en Rez-de-jardin, renforcement des acquisitions, amélioration du catalogue et nouveaux partenariats.

### **Questions ouvertes**

Pour Grégory Miura, le groupe projet a bien traité ce sujet neuf, en adoptant une démarche adaptée, avec plusieurs pistes exploitées simultanément et différents angles de traitement. La solution proposée, consistant à mettre en place des consultations dissociées pour des raisons pratiques et une meilleure qualité de consultation, est très satisfaisante. On insiste généralement sur l'augmentation de l'offre de la bibliothèque, alors que le groupe a choisi de faire de l'amélioration

des services le point central de son scénario. Cette démarche lui semble originale, et tout à fait adaptée au sujet. Le groupe ajoute alors que plusieurs personnes interviewées, hésitant à venir en salle P, ont semblé rebutées quand les conditions de consultation leur ont été exposées — ce qui a poussé le groupe projet à proposer les améliorations contenues dans le scénario.

La possibilité de créer une banque de sauvegardes des différentes sessions de jeux est une très bonne idée pour Grégory Miura, Alain Carou et Alexis Blanchet (qui apprécie cette idée de « marque-page » adapté au multimédia). Grégory Miura précise que la récupération des sauvegardes pourrait s'accompagner de l'enregistrement vidéo de la consultation. Chaque consultation serait ainsi créatrice de nouveaux documents pouvant eux-mêmes être sollicités par la suite (sauvegardes, vidéos de parties...). Cela permettrait à la BnF de proposer une valeur ajoutée inédite aux documents du dépôt légal. Alain Carou signale que beaucoup de nouveautés ont justement été apportées dans ce troisième état du projet. Le domaine a bien été appréhendé.

Le Haut-de-jardin, dont l'accès est ouvert au grand public, pourrait également bénéficier de ces nouvelles propositions. En redonnant aux lecteurs les « codes de consultation » auxquels ils sont habitués dans leur cadre domestique, on pourrait amoindrir la barrière symbolique empêchant le grand public de profiter de la BnF. Grégory Miura ajoute que l'exemple du jeu vidéo, traité en priorité par le groupe, est tout à fait pertinent, puisque les solutions proposées ouvrent des perspectives pour d'autres types de documents, et sont tout à fait adaptables à d'autres ensembles. Romuald Ripon conclut sur ce thème en insistant sur le fait que le jeu vidéo peut être mis en avant comme fer de lance du multimédia. Valoriser le jeu vidéo sur le catalogue, c'est aussi donner à entendre qu'il y a beaucoup d'autres documents variés dans les fonds.

Concernant les sources externes qui viendraient enrichir le fonds multimédia, certaines bibliothèques sont citées en exemple, comme la Bibliothèque du Congrès. D'autres points développés dans le scénario existent déjà à la BnF, mais ne sont pas visibles. Ainsi, dans le catalogue BN Opale Plus, le lecteur peut-il faire sa recherche par « studio de développement », mais ce critère est peu explicite puisqu'il est répertorié sous l'intitulé « auteur / interprète ».

Quelques points négatifs méritent cependant d'être soulevés. Pour Marie Fauchaux, ce travail est très complet et idéal pour couvrir et devancer les besoins du chercheur. Mais les problèmes légaux et techniques demeurent importants ; les nouvelles technologies coûtent cher pour des résultats peu visibles au niveau politique (même si le département Audiovisuel dispose de moyens spécifiques pour son matériel informatique). De plus, la question des droits d'auteurs est épineuse en matière d'art numérique.

Les problèmes peuvent également concerner les moyens humains mis en œuvre pour le projet. En effet, des équipes supplémentaires seraient nécessaires pour la réalisation de certaines préconisations. La récupération et la mise en valeur d'archives dans le cadre de la BnF poseront également des difficultés, en l'état actuel des choses (nécessité, là encore, de créer des équipes et d'aménager des mètres linéaires). Le contexte actuel est plutôt favorable, et le document du groupe projet pourrait aider à donner une première impulsion positive.

La mise en place de pôles associés en matière de multimédia est, en outre, périlleuse et loin d'être une priorité pour la BnF. Un essai a été conduit récemment avec le MNAM<sup>28</sup> de Paris, mais le projet, coûteux, a échoué car il n'était pas suffisamment porteur pour la bibliothèque. En outre, les 19 œuvres d'art numériques acquises par le MNAM sont déjà présentes dans les collections de la BnF. Des rapprochements pourraient également être envisagés avec la Ville de Paris qui acquiert des installations multimédias d'art contemporain.

Alexis Blanchet ajoute enfin que si les résultats de ce travail sont engageants, il reste néanmoins dubitatif quant à l'utilité de la lettre d'information électronique. En outre, la question des genres des jeux vidéo a déjà été soulevée par de nombreux universitaires. Les catégories actuelles sont floues ou sujettes à l'obsolescence. La solution à ce problème du catalogue passe peut-être par la possibilité d'une indexation multicritère des documents. Alain Carou appuie cette remarque, en rappelant que la BnF a aussi vocation à multiplier les guides d'orientation dans les sources, qui permettraient par exemple aux chercheurs futurs de retrouver d'anciennes classifications dans des documents extérieurs à la bibliothèque. Enfin, pour les acquisitions, il faut prendre garde à ne pas acheter des

jeux recherchés par les seuls collectionneurs, mais bien par les chercheurs et les professionnels (même si la distinction entre ces catégories est loin d'être claire dans le domaine du jeu vidéo). Alexis Blanchet apprécie néanmoins que le groupe fournisse des éléments immédiatement exploitables, comme l'annuaire des acteurs du domaine.

Enfin, pour Alain Carou, le caractère patrimonial de ces collections a peu été pris en compte. L'étude semble surtout porter sur la possibilité de jouer à la BnF. De même, dans ce nouveau document, l'émulation n'est plus évoquée. D'ailleurs, la consultation de tels documents dans une salle fermée ne permet pas de garantir de bonnes conditions de conservation. L'émulation permettrait de préserver ces documents et d'éviter ainsi leur détérioration. Si l'étude concrétise le rêve du chercheur, il est pourtant nécessaire de trouver un compromis entre les exigences du lecteur et les contraintes liées à la patrimonialisation. En réponse, le groupe signale simplement que l'émulation était l'une des propositions du troisième scénario qui n'a pas été retenue.

En conclusion, le travail du groupe projet permettra de relancer et justifier une nouvelle politique pour les collections de documents électroniques. Le moment est d'autant plus opportun que des décalages importants apparaissent qu'il ne faut pas laisser perdurer (cf. l'arrivée des cartes et plans dans le catalogue BN Opale Plus, dont une bonne part de documents numérisés, sans qu'aucune réelle synergie ne soit prévue avec le département Audiovisuel). Ainsi les requêtes du service Multimédia pourront-elles être appuyées et légitimées. Le document du groupe projet constitue un outil d'aide à la décision, pour les études spécifiques qui devraient logiquement prendre la suite des pistes nouvelles ainsi délimitées.

---

<sup>28</sup> Musée national d'Art moderne.

## ***Bibliographie***

### **MULTIMÉDIA – GÉNÉRALITÉS**

**AGNOLA Michel (dir.).** *Passeport pour le multimédia.* Paris : Éd. du CFPJ, 1996, 175 p.

**AGOSTINELLI Serge (dir.).** *Comment penser la communication des connaissances ? du CD-Rom à l'Internet : colloque, 6 et 7 mai 1998, organisé par le Centre de recherche en information et communication de Montpellier et l'IUFM de l'académie Aix-Marseille.* Paris ; Montréal (Québec) : l'Harmattan, 1999, 421 p.

**ALBERGANTI Michel.** *Le multimédia: la révolution au bout des doigts.* Marabout, 1996, 257 p.

**CHEN Sherry (dir.), GHINEA Gheorghita (dir.).** *Digital multimedia perception and design.* Hershey : Idea Group Publishing, 2006, 318 p.

**DUFOUR Arnaud, GHERNAOUTI-HELIE Solange.** *De l'ordinateur à la société de l'information.* Paris : Presses universitaires de France, 1999, 127 p. (Que sais-je ? 3541).

**EARNSHAW Rae (dir.), VINCE John.** *Digital media: the future.* London ; New York : Springer, 2000, 312 p.

**ELSOM-COOK Mark.** *Principles of interactive multimedia.* London ; Paris ; Buris (Ill.) : McGraw-Hill, cop. 2001, 389 p.

**FALCAND Didier, WADE Philip.** *Cyberplanète : notre vie en temps virtuel.* Paris : Éd. Autrement, 1998, 349 p. (Collection Mutations).

**LESLE François, MACAREZ Nicolas.** *Le multimédia*. 2e éd. corr. Paris : Presses universitaires de France, 1999, 127 p. (Que sais-je ? 3390).

**LEVY Pierre.** *Cyberculture : rapport au conseil de l'Europe dans le cadre du projet Nouvelles technologies, coopération culturelle et communication*. Paris : Odile Jacob ; Strasbourg : Éd. du Conseil de l'Europe, 313 p.

**NORA Dominique.** *Les conquérants du cybermonde*. Paris : Calmann-Lévy, 1995, 440 p.

**PAQUEL Norbert.** *L'explosion du multimédia et des réseaux : choix et maîtrise des outils*. Paris : les Éd. d'Organisation, 1995, 95 p.

**SCHMUCK Claudine.** *Introduction au multimédia: technologies et marchés*. 2<sup>e</sup> tirage. Paris : AFNOR, 1996, 233 p.

**SERVICE JURIDIQUE ET TECHNIQUE DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION FRANÇAIS.** *La France dans la société de l'information*. Paris : la Documentation française, 1999, 113 p.

**ZEITLIN Édith.** *Multimédia*. Genève : Liber, 1997, 111 p.

## MULTIMÉDIA – APPROCHES THÉORIQUES

**ABBOTT Robert.** *The world as information: overload and personal design*. Exeter : Intellect books, 1999, 155 p.

**BARBOZA Pierre.** *Du photographique au numérique : la parenthèse indicielle dans l'histoire des images*. Paris ; Montréal : l'Harmattan, 1996, 269 p.

**BERA Michel, MECHOULAN Éric.** *La machine Internet.* Paris : Odile Jacob, 1999, 318 p.

**BLONDEAU Olivier, LATRIVE Florent.** *Libres enfants du savoir numérique : une anthologie du "libre".* Paris : Éd. de l'Éclat, 2000, 502 p.

**BOLZ Norbert, KITTLER Friedrich A., THOLEN Christopher.** *Computer als Medium.* München : W. Fink, 1994, 312 p.

**BELISLE Claire (Coord.), LEGENDRE Bertrand (Préf.).** *La lecture numérique : réalités, enjeux et perspectives.* Villeurbanne : Presses de l'Esssib, 2004, 293 p. (Référence).

**CARR Diane.** *Computer games: text, narrative and play.* Cambridge : Polity, 2006. 210 p.

**CHRISTON Sonia, DUPUY Claire, SEGUETTE Marie,** *Étude des publics de la salle P du site François-Mitterrand,* CREDOC : Paris, 2004, 177 p.

**CLEMENT Jean (dir).** *Rencontres-médias 2, 1997-1998 : aspects des nouvelles technologies de l'information. Actes de l'Observatoire des lectures hypermédias, Conservatoire des arts et métiers, 20 octobre 1997-9 février 1998, coorganisé par l'Université Paris-8 et la Bibliothèque publique d'information.* Paris : Bibliothèque publique d'information, 1999, 317 p.

**COMELLIA.** *De Gutenberg aux autoroutes de l'information : nouvelles technologies, nouvel enjeu culturel ? : actes du colloque, Rouen, 24-25 novembre 95.* Rouen : Comellia, 1996, 76 p.

**ENGELL Lorenz, NEITZEL Britta.** *Das Gesicht der Welt: Medien in der digitalen Kultur.* Paderborn : Fink, 2004, 219 p.

**FORTIN Tony, MORA Philippe, TRÉMEL Laurent.** *Les jeux vidéo : pratiques, contenus et enjeux sociaux.* Paris : L'Harmattan, 240 p. (Champs Visuels).

**GAIO Mauro, KARCZMARCZUK Jerzy.** *Document électronique dynamique : actes du deuxième Colloque international sur le document électronique, CIDE'99, 5-7 juillet 1999, Université de Damas, Syrie.* Paris : Europa productions, 1999, 344 p.

**GATES Bill.** *La route du futur.* 2<sup>e</sup> édition. Paris : Pocket, 1997, 332 p.

**GENVO Sébastien.** *Introduction aux enjeux artistiques et culturels des jeux.* Paris : L'Harmattan, 2003, 89 p.

**GENVO Sébastien.** *Le game design de jeux vidéo : approches de l'expression vidéoludique.* Paris : L'Harmattan, 2006, 376 p.

**GRESILLON Gabriel, KERDELLANT Christine.** *Les enfants puce : comment Internet et les jeux vidéo fabriquent les adultes de demain.* Paris : Denoël, 2003, 352 p.

**HENNO Jacques.** *Les jeux vidéo.* Paris : Le Cavalier bleu, 2002, 126 p.

**ICHBIAH DANIEL.** *La saga des jeux vidéo : de Pong à Lara Croft.* Paris : Vuibert, 2004, 387 p.

**JEANNERET Yves.** *Y a-t-il (vraiment) des technologies de l'information ?* Villeneuve d'Ascq : Presses universitaires du Septentrion, 2000, 134 p. (Savoirs mieux, 10).

**JOLIVALT Bernard.** *Les jeux vidéo.* Paris : Presses universitaires de France. 1994. 127 p. (Que sais-je ?, 2861).

**JOCHUM Uwe.** *Kritik der neuen Medien: ein eschatologischer Essay.* München : W. Fink, 2003, 158 p.

**DYER-WITHEFORD Nick, KLINE Stephen, PEUTER Greig.** *Digital play : the interaction of technology, culture, and marketing.* Montreal : McGill-Queen's University Press, 2003. 368 p.

**LAMERE Jean-Marc, ROSE Philippe.** *Menaces sur les autoroutes de l'information.* Paris ; Montréal : Éd. l'Harmattan, 1996, 313 p.

**LE DIBERDER Alain, LE DIBERDER Frédéric.** *Qui a peur des jeux vidéo ?* Paris : La Découverte, 1993, 224 p.

**LENHARD Gentiane.** *Faut-il avoir peur des jeux vidéo ?* Issy-les-Moulineaux : ESF, 1999, 185 p.

**LEVY Pierre.** *L'intelligence collective : pour une anthropologie du cyberspace.* Paris : la Découverte, 1997, 245 p.

**LIE Merete, SØRENSEN Knut H.** *Making technology our own?: domesticating technology into everyday life.* Oslo : Scandinavian University Press, 1996, 223 p.

**MABILLOT Vincent.** *Les mises en scène de l'interactivité [en ligne].* Thèse en Sciences de l'information et de la communication. Lyon: Lyon II, 2000, 377 p.  
Disponible sur : <<http://vmabillot.free.fr/interactivite/these/index.html>> (consulté le 10.06.2006)

**MORRIS Dave, ROLLINGS Andrew.** *Game architecture and design: a new edition.* 2<sup>nd</sup> ed. Indianapolis: New riders publishing, 2003, 926 p.

**NATKIN Stéphane, DELOCQUE-FOURCAUD André-Marc (préf.).** *Jeux vidéo et médias du XXI<sup>e</sup> siècle : quels modèles pour les nouveaux loisirs numériques ?* Paris : Vuibert, 2004, 112 p.

**NGAI Anita Ching Yi.** *Cultural influences on video games : players' preferences in narrative and game-play* [en ligne]. Master of Applied Science (Masc) in Management Sciences, Faculty of Engineering. Ontario : University of Waterloo, 2005, 220 p. Disponible sur : <<http://etd.waterloo.ca/etd/acyngai2005.pdf>> (consulté le 03.04.2006).

**OBSERVATOIRE NATIONAL DE LA LECTURE.** *Lecture, informatique et nouveaux médias.* Paris : Observatoire national de la lecture, 1997, 27 p.

**O'DONNELL James.** *Avatars of the word: from papyrus to cyberspace.* Cambridge ; London : Harvard university press, 1998, 210 p.

**PEDLER Emmanuel, ZERBIB Olivier, ESTALLET Roger (Préf.).** *Les nouvelles technologies à l'épreuve des bibliothèques.* Paris : Éd. de la BPI, 2001, 214 p.

**PEETERS Benoît, SCHUITEN François.** *L'aventure des images : de la bande dessinée au multimédia.* Paris : Éd. Autrement, 1996, 185 p. (Collection Mutations).

**PETERSON Ivars.** *Tetris is hard.* Sciences news [en ligne]. 2002, vol.162, n°17, p. 1. Disponible sur : <<http://www.sciencenews.org/articles/20021026/mathtrek.asp>> (consulté le 20.05.2006).

**QUEAU Philippe.** *Éloge de la simulation.* Seyssel : Champ Vallon ; Paris : Institut national de la communication audiovisuelle, 1986, 257 p.

**ROUSTAN Mélanie (dir.).** *La pratique du jeu vidéo : réalité ou virtualité ?* Paris : L'Harmattan, 2003, 224 p. (Dossiers Sciences humaines et sociales).

**SCHWARTZ Steven.** *Au cœur des jeux Nintendo.* Paris ; San Francisco ; Düsseldorf : Sybex, 1990, 265 p.

**SIKSOU Maryse (dir).** *Variation, construction et instrumentation du sens.* Paris : Hermès science publications, 2003, 378 p.

**TISSERON Serge.** *Enfants sous influence : les écrans rendent-ils les jeunes violents ?* Paris : Armand Colin, 2000. 175 p.

**TRÉMEL Laurent.** *Jeux de rôles, jeux vidéo, multimédia : les faiseurs de mondes.* Paris : Presses universitaires de France, 2001, 209 p. (Sociologie d'aujourd'hui).

**WEISSBERG Jean-Louis.** *Présences à distance : déplacement virtuel et réseaux numériques : pourquoi nous ne croyons plus la télévision.* Paris ; Montréal (Québec) : l'Harmattan, 1999, 301 p.

**WOLTON Dominique.** *Internet et après ? une théorie critique des nouveaux médias.* Paris : Flammarion, 1999, 240 p.

## MULTIMÉDIA – DROIT

**DERCLAYE Estelle, STROWEL Alain.** *Droit d'auteur et numérique : logiciels, bases de données, multimédia. Droit belge, européen et comparé.* Bruxelles : Éd. Émile Bruylant, 2001, 488 p.

**LUCAS André.** *Droit d'auteur et droit numérique.* Paris : Litec, 1998, 355 p.

**MALLET-POUJOL Nathalie.** *La création multimédia et le droit.* Paris : Litec, 2000, 206 p.

### MULTIMÉDIA – USAGE DANS L'ENTREPRISE

**HIDOINE Bernard (dir.), LE MOAL Jean-Claude (dir.).** *Bibliothèques numériques : Cours INRIA, 9-13 octobre 2000, La Bresse ; organisé avec le patronage de l'ADBS, et de la SDBD.* Paris : ADBS, 2000, 246 p.

**KALOGEROPOULOS Léonidas, LARAMEE Alain.** *Multimédia et autoroutes de l'information : pour comprendre la diversité des outils et en saisir les enjeux.* Paris : Nathan, 1995, 159 p.

### MULTIMÉDIA – USAGE POUR LE LOISIR ET LA CULTURE

**BALPE Jean-Pierre (dir.).** *L'art et le numérique.* Paris : Hermès, 2000, 231 p.

**BEAUDRY Guylaine, BOISMENU Gérard.** *Le nouveau monde numérique : le cas des revues universitaires.* Paris : la Découverte, 2002, 178 p.

**CHATEAU Dominique (dir.), DARRAS Bernard (dir.).** *Arts et Multimédia : l'œuvre d'art & sa reproduction à l'ère des médias interactifs.* Paris : Publications de la Sorbonne, 1999, 202 p.

**GABRIEL, Evelyne Esther.** *Que faire avec les jeux vidéo ?* Paris : Hachette Éducation, 1994, 159 p.

**VAN BURNHAM.** *Supercade: a visual history of the videogame age, 1971-1984.* Cambridge (Mass.) : MIT press, 2001, 439 p.

**POGNANT Patrick, SCHOLL Claire.** *Les CD-ROM culturels.* Paris : Hermès, 1996, 157 p.

**POOLE Steven.** *Trigger happy: videogames and the entertainment revolution.* New York : Arcade publ., 2000, 242 p.

**RUSH Michael.** *New media in late 20th century.* London : Thames and Hudson, 1999, 224 p.

**SEELINGER Anette.** *Ästhetische Konstellationen: neue Medien, Kunst und Bildung.* München : Kopaed, 2003, 447 p.

**VIROLE Benoît.** *Du bon usage des jeux vidéo et autres aventures virtuelles.* Paris : Hachette littératures, 2003, 173 p.

## MÉTHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE

**DE SINGLY François.** *L'Enquête et ses méthodes : le questionnaire.* Paris : Nathan université, 1993, 128 p. (Sociologie 128).

**BLANCHET Alain, GOTMAN Anne.** *L'Enquête et ses méthodes : l'entretien.* Paris : Nathan université, 1992, 125 p. (Sociologie 128).