Table des matières

Déclaration i
Remerciements ii
Résumé iii
Liste des tableaux ix
Liste des figures ix
1. Introduction 1
1.1 Méthodologie 1
2. Médiation du jeu vidéo 2
2.1 Le positionnement de la bibliothèque : 2
2.1.1 Trois formes de services principales 2
2.1.1.1 Le prêt 3
2.1.1.2 L'utilisation sur place 5
2.1.1.3 Les animations 6
2.1.1.4 Services dans les bibliothèques romandes 9
2.1.1.4.1 Prêt 9
2.1.1.4.2 Animations 9
2.1.1.4.3 Jeu sur place 10
2.1.1.5 Services dans les bibliothèques françaises 11
2.1.1.5.1 Prêt 11
2.1.1.5.2 Animations 11
2.1.1.5.3 Jeu sur place 11
2.1.2 Positionnement au-delà du service 12
2.2 Evènementiel 16
2.2.1 Types d'animations 17
2.2.1.1 Les animations où l'on joue 17
2.2.1.2 Ateliers créatifs 19
2.2.1.3 Conférence, table rondes, débats … 23
2.2.1.4 Spectacles 23
2.2.1.5 Expositions 24
2.2.2 Types d'animations dans les bibliothèques romandes 25
2.2.3 Types d'animations dans les bibliothèques françaises 26
2.3 Exemples de médiations américains 28
2.4 Animateurs externes 30
2.4.1 Suisse 30
2.4.2 France 31
2.5 Impact 32
3. Les publics 34
3.1 Les segmentations possibles 35
3.1.1 Les publics par âges 35
3.1.1.1 Le système PEGI 35
3.1.1.2 Enfants 36
3.1.1.3 Adolescents 37

3.1.1.4 Adultes....37
3.1.1.5 Seniors....38
3.1.1.6 Intergénérationnel....39
3.1.2 Les publics par genres....40
3.1.3 Les publics par types de jeux....41
3.1.4 Les publics par investissement....42
3.1.5 Les publics par plateformes....44
3.1.6 Les non-joueurs....45
3.2 La segmentation dans les bibliothèques romandes....45
3.3 La segmentation dans les bibliothèques françaises....46
3.4 Les jeux vidéo attirent-ils un nouveau public ?....47
3.4.1 Ces nouveaux usagers utilisent-ils les autres services ?....48
3.5 Analyse du public de Prilly....48
4. La communication....57
4.1 Les canaux....57
4.1.1 Imprimés....57
4.1.2 Internet....58
4.1.2.1 Page sur les réseaux sociaux....59
4.1.2.2 YouTube et vidéos....59
4.1.3 Presse....60
4.1.4 Bouche-à-oreille....61
4.1.5 Autres....61
4.2 Milieux visés....62
4.3 Prévenir l'arrivée d'un nouveau service....64
4.4 Hostilité....64
4.4.1 Usagers....64
4.4.2 Collègues bibliothécaires....66
4.4.3 Elus....66
4.4.4 Agir de façon proactive....66
4.4.5 Arguments et réponses....68
4.4.6 Problématique de la violence....71
4.5 Identité visuelle....71
4.6 Créer sa communication....75
4.6.1 Définir ses publics cibles....75
4.6.2 Définir ses objectifs à atteindre....76
4.6.3 Définir son message....76
4.6.4 Définir ses outils de communication....77
4.6.5 Définir sa ligne éditoriale....77
4.7 Le jeu vidéo comme outil de communication....78
5. Outils et méthodologie....78
5.1 Débuter....78

5.1.1 Faut-il être un joueur ? 78
5.1.2 Actions clés 81
5.1.3 Choix de la plateforme 82
5.2 Créer des animations 83
5.2.1 Avant l'animation 83
5.2.1.1 Les objectifs de l'animation 84
5.2.1.2 L'expérience de jeu 84
5.2.1.3 Le format et le type de l'animation 86
5.2.1.4 Le choix du jeu 87
5.2.2 Durant l'animation 87
5.2.2.1 Accueil 87
5.2.2.2 Matériel 88
5.2.2.3 Durée 89
5.2.3 Evaluer l'animation 89
5.2.4 Heure du conte numérique 90
5.2.5 Tournoi 91
5.2.6 Création de jeu vidéo 91
5.2.7 Sans matériel 92
5.3 Espace 93
5.3.1 Animations dans les locaux ou en dehors 93
5.3.2 Jeu sur place 94
5.3.3 Rayonnage 95
5.4 Formations 95
5.5 Sélection des jeux 97
5.5.1 Critères 98
5.5.2 Sources d'informations 99
5.5.3 Monographies et périodiques sur les jeux vidéo 100
5.5.4 Désherbage 101
5.6 Règles 102
5.6.1 Durée de prêt 102
5.6.2 Réservations 103
5.7 Catalogage 103
5.8 Outils spécifiques 104
5.8.1 Catalogues imprimés et fiches descriptives 104
5.8.2 Exemples d'outils spécifiques en bibliothèques 106
5.9 Budget 107
5.9.1 Prix des jeux 107
5.9.2 Prix des consoles 108
5.9.3 Prix des ordinateurs 108
5.9.4 Budget pour une collection (prêt / jeu sur place) 109
5.9.4.1 Budget annuel 109
5.9.4.2 Budget de lancement 109
5.9.5 Budget pour des animations 109

5.9.6 Temps pour créer les animations....111
5.9.7 Partenariat financier....111
5.10 Jeux dématérialisés....112
5.10.1 Problématique du prêt....113
5.10.2 Autres formes de mise en valeurs....114
5.10.3 Plateformes de téléchargement....116
5.10.4 DLC....117
5.11 Partenariat....117
5.11.1 Bibliomedia....120
5.11.2 Service jeunesse de Prilly....120
5.11.3 Partenariat entre les bibliothèques....121
5.11.4 S'inscrire dans les mouvements culturels plus larges....123
5.11.5 Intermédiaires légaux....123
5.12 Entretien de références....123
5.12.1 Conseils cross-média....124
5.13 Aspect légal....124
6. Recommandations pour Prilly....126
6.1 Collection de prêt....126
6.2 Jeu sur place....126
6.3 Animations....127
6.4 Collection actuelle sur les iPads....127
7. Conclusion....129
Bibliographie....130
Annexe 1 : Interview - Bibliothèque de Carouge....136
Annexe 2 : Interview - Bibliothèque de la Cité (Genève)....140
Annexe 3 : Interview - Bibliothèque des jeunes de La Chaux-de-Fonds....147
Annexe 4 : Interview - Bibliothèque de Nyon....152
Annexe 5 : Interview - Médiathèque de Vevey....158
Annexe 6 : Interview - Bibliothèque d'Yverdon-les-Bains....163
Annexe 7 : Interview - Bibliothèque de la Ville de La Chaux-de-Fonds....167
Annexe 8 : Interview - Médiathèques d'Alfortville....172
Annexe 9 : Interview - Bibliothèque de Belleville....175
Annexe 10 : Interview - Bibliothèque de Chartres....178
Annexe 11 : Interview - Bibliothèque de Chassieu....181
Annexe 12 : Interview - Bibliothèque de Dardilly....185
Annexe 13 : Interview - Médiathèques de Montpellier....188
Annexe 14 : Interview - Bibliothèque Vaclav Havel (Paris)....191

Annexe 15 : Interview Bibliomedia..... 194
Annexe 16 : Questionnaire pour les usagers de Prilly 195
Annexe 17 : Glossaire 199

Liste des tableaux

Tableau 1 : Tranches d'âges du public de Prilly 49
Tableau 2 : Genres du public de Prilly 49
Tableau 3 : Forme du service attendue par le Public de Prilly 50
Tableau 4 : Matériel du public de Prilly 51
Tableau 5 : Types de jeux préférés par le public de Prilly 52
Tableau 6 : Expérience de jeu préférée par le public de Prilly 53
Tableau 7 : Raisons évoquées pour ne pas jouer 54
Tableau 8 : Type de prêt souhaité par le public de Prilly 55
Tableau 9 : Matériel désiré pour le jeu en libre-accès par le public de Prilly 55
Tableau 10 : Types d'animation souhaitées par le public de Prilly 56
Tableau 11 : Ce que la bibliothèque peut apporter selon le public de Prilly 57

Liste des figures

Figure 1 : Fenêtres de la bibliothèque d'Yverdon-les-Bains 62
Figure 2 : Logo de la Bibliothèque de Nyon 72
Figure 3 : Logo du service jeux vidéo 72
Figure 4 : Logo de l'animation « Des pages aux joystick » 73
Figure 5 : Logo de la bibliothèque de Vevey 73
Figure 6 : Logo « Plein écran » 73
Figure 7 : Logo de la bibliothèque Vaclav Havel de Paris 74
Figure 8 : visuels de la communication pour « Press Start » 75
Figure 9 : Procédure de chargement des manettes de Chassieu 106

1. Introduction

Les jeux vidéo ont d'ores et déjà démontré leur place légitime comme produits culturels particulièrement prisés dans les médiathèques où ils ont été introduits, que ce soit en France, en Hollande, aux Etats-Unis, mais également auprès des bibliothèques suisses qui l'ont adopté.

La bibliothèque de la Ville de Prilly est intéressée par intégrer le jeu vidéo à ses services sous une forme ou l'autre. Actuellement, elle a le sentiment de passer à côté d'un support susceptible d'attirer le jeune public à la bibliothèque et de moderniser son image. Néanmoins le jeu vidéo peut paraître un média difficile à appréhender pour les bibliothécaires novices dans le domaine.

En plus du manque de connaissance au sujet d'un média complexe, d'autres freins peuvent décourager les bibliothèques à se lancer dans l'expérience, comme la difficulté à sélectionner les jeux adaptés à son service, le coût engendré par le matériel à acquérir, l'obsolescence rapide du matériel et des jeux ainsi que la place nécessaire à prendre en compte.

Ce travail dresse un panorama des possibles positions que la bibliothèque peut aborder en tant que médiatrice envers cette forme de média narratif.

1.1 Méthodologie

Ce travail de mémoire a été réalisé grâce à la compilation d'informations issues de différentes sources – que ce soit sur internet, via les sites et blogs de professionnels ou d'institutions, ou dans la littérature professionnelle via les bases de données Lista et Nexis, les ouvrages sur le sujet, et les précédents travaux de recherche et de diplôme.

En plus du travail de recherche dans la littérature, nous avons mené une enquête auprès du public de la bibliothèque de Prilly à travers un questionnaire qui fut mis à disposition à la fois sous forme papier dans la bibliothèque et en ligne grâce au service LimeSurvey mis à disposition par la HEG.

Un travail d'enquête a été mené également auprès des bibliothèques de Suisse romande pratiquant le jeu vidéo ainsi qu'une sélection de bibliothèques françaises pour cerner leur positionnement et leurs méthodes. Cette enquête a été réalisée via des entretiens en présentiel pour les bibliothèques suisses, et par mail ou via des entretiens téléphoniques pour les bibliothèques françaises.

Rapport-Gratuit.com

2. Médiation du jeu vidéo

Les objectifs et les potentiels de la médiation de jeux vidéo sont multiples. Il est possible de créer une expérience collective, de transformer un lieu de savoir en lieu d'amusement, et a le pouvoir de mêler des générations et des publics différents (Leusse-le-Guillou 2015).

La médiation culturelle se compose de trois acteurs : l'institution, le public, et l'œuvre culturelle. L'institution endosse le rôle de médiateur entre le public et l'œuvre culturelle. Ce qui définit la médiation culturelle par rapport à l'animation, c'est la dimension relationnelle qu'elle essaie de créer entre l'œuvre et son public. Elle part de son public, en cherchant les « points de contact » possibles entre lui et l'œuvre (Pont 2017).

Pour créer ce point de contact avec l'usager, il lui faut éviter le jargon technique – ce qui n'est pas évident si on est passionné d'un sujet. Il est possible également d'utiliser des thèmes que les néophytes peuvent comprendre ; par exemple un morceau d'Histoire dont s'inspire un jeu, ou le concept fantaisiste avec lequel il joue (les portails dans Portal par exemple) (Laurent 2011).

Le jeu vidéo se prête extrêmement bien à l'aspect relationnel de la médiation culturelle ; en effet, une expérience de jeu en bibliothèque est constituée d'interactions ; entre les joueurs, le jeu, les spectateurs et les bibliothécaires (Nicholson 2010).

Le jeu vidéo est une pratique individuelle qui prend une forme collective en bibliothèque ; le fait qu'il y ait des spectateurs, d'autres usagers ou joueurs attendant leur tour, peut transformer une partie de jeu solitaire en une activité conviviale (Drès 2010).

2.1 Le positionnement de la bibliothèque :

2.1.1 Trois formes de services principales

Il y a trois façons principales d'utiliser les jeux vidéo en bibliothèque (Laurent 2010) (Nicholson 2012 A) :

1. Le prêt
2. L'utilisation sur place (appelée aussi en libre accès ou libre-service)
3. Les animations (ou l'événementiel)

Il peut être difficile de mener les trois fronts d'emblée et il peut donc être conseillé de commencer par une ou deux formes de services avant d'en adopter une autre (Nicholson 2012 A). La plupart des bibliothèques commencent par une collection et/ou des

animations, car ce sont de bons moyens d'insérer un service de jeux vidéo en bibliothèque (Bishoff 2015).

2.1.1.1 Le prêt

Le prêt consiste à inscrire les jeux vidéo dans les collections « régulières » de la bibliothèque à destination de l'emprunt par les usagers. Il s'agit donc ici de reconnaître aux jeux vidéo un statut documentaire égal aux autres médias de la bibliothèque, qu'il s'agisse de livres, films, bandes dessinées etc. Ce genre de collection fonctionne généralement très bien. Dans une bibliothèque publique, le jeu vidéo est un média de loisir, au même titre que les livres de fiction, la musique, la bande dessinée etc. Les jeux sont devenus un des principaux médias de récréation aujourd'hui (Nicholson 2012 A).

Les avantages du prêt

- *Légitimité :* le prêt a le principal avantage de légitimer le jeu vidéo comme un média culturel au même titre que les autres, puisqu'il se retrouve en prêt à l'instar des livres, bandes dessinées ou films déjà en rayons (Nicholson 2012 A) (Drès 2010).
- *Populaire :* le prêt est toujours bien apprécié du public (Bishoff 2015).
- *Utilisation personnelle du jeu :* Il permet aussi aux utilisateurs de pouvoir emporter le média et profiter de celui-ci au calme une fois chez eux, dans leur sphère privée.
- *Peu dérangeant :* c'est également la forme la plus discrète d'un point de vue bruit dans les locaux de la bibliothèque ; le média en prêt ne dérange pas les autres usagers par des nuisances sonores ou de l'agitation comme une animation in situ dans les espaces de la bibliothèque, ou un coin jeu.
- *Facile à évaluer :* grâce aux enregistrements des emprunts, on peut facilement évaluer si le service fonctionne ou pas. Et en cas de succès, on peut sortir ces statistiques pour justifier ce qui est réalisé.

Les désavantages du prêt

- *Coût :* le prêt est la forme la plus coûteuse de médiation du jeu vidéo en bibliothèque. En effet l'obsolescence, le prix des jeux physiques et le prix du matériel à renouveler d'une génération à l'autre ou en cas de détérioration rend le service de prêt de jeux vidéo l'un des plus coûteux en bibliothèque (Bishoff 2015).

Rapport-gratuit.com
LE NUMÉRO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

- *Obsolescence :* les générations de consoles ont une durée de vie limitée dans le temps et les nouveautés vidéoludiques arrivent rapidement. De ce fait un jeu devient rapidement obsolète. Ceci est lié également un autre problème : la dépendance à une plateforme qui elle-même deviendra obsolète et sera retirée de production (Bishoff 2015).

- *Dépendance au matériel :* les livres et autres bandes dessinées sont indépendants de tout support de lecture ; à l'inverse les jeux ne peuvent être lus que sur des plateformes (consoles) spécifiques, qui deviennent obsolètes de génération en génération – malgré certains efforts de rétrocompatibilité avec les générations précédentes faites par certains producteurs. Les premières versions d'une génération sont souvent plus susceptibles d'être rétrocompatible avec la précédente à cause du catalogue de petite taille (Buchanan 2012). Certaines vieilles consoles peuvent donc devenir difficiles à remplacer quand elles ne sont plus en production depuis longtemps.

- *Surtout pour les jeux physiques :* pour le moment, on ne peut prêter facilement des jeux vidéo que lorsque ceux-ci possèdent un support physique que l'on peut transmettre au lecteur et que celui-ci peut lire sur sa console sans soucis de DRM (Bishoff 2015) ou d'accès à un compte spécifique en ligne ; la contrainte du support physique rend la mise en avant de jeux indépendants beaucoup plus difficiles que les jeux mainstream. En effet, les jeux de petites productions sont souvent produits de façon dématérialisée afin d'économiser au maximum les coûts de création. Ils seront difficiles à mettre en avant par cette forme de médiation. Les moyens de prêter les jeux dématérialisés sont encore très expérimentaux et plus compliqués à mettre en place (voir la partie méthodologie). Les jeux purement axés multijoueur en ligne sont difficilement prêtables également (Gaudion 2014).

- *Les usagers doivent posséder le support de lecture :* en effet, dans cette formule, les usagers doivent posséder la ou les consoles sur lesquels tournent les jeux prêtés – à moins que la bibliothèque prête également les consoles elle-même (annexe 4).

- *Guides créés rapidement obsolètes :* les outils créés par les bibliothécaires sur le matériel peuvent rapidement devenir obsolète avec la nouvelle vague de consoles (Bishoff 2015).

2.1.1.2 L'utilisation sur place

La mise à disposition d'un matériel permettant de jouer sur place est la seconde forme principale de médiation du jeu en bibliothèque. Comme son nom l'indique, il s'agit de fournir un espace pourvu du matériel nécessaire afin de laisser les usagers pratiquer le média in situ. Les usagers peuvent utiliser le matériel à disposition à n'importe quel moment d'ouverture de la bibliothèque.

Les avantages de l'utilisation sur place

- *Dans l'optique troisième lieu :* créer un espace où le jeu est à la disposition des lecteurs contribue à faire de la bibliothèque un lieu de vie où les usagers peuvent passer leur temps libre (Gaudion 2014) (Perreau 2015). Cela contribue à la convivialité et à la vie du lieu et peut enrichir les espaces détentes créés dans la bibliothèque. Un certain nombre de bibliothèques insèrent aussi les espaces jeux vidéo dans leur espace numérique.

- *Service pour les usagers sans consoles :* le service de prêt demande aux usagers de posséder le matériel pour lire la collection prêtée chez eux. Ici, on permet aux usagers qui n'ont pas les moyens d'acheter des plateformes de pouvoir jouer au jeu, indépendamment de tout matériel à posséder.

- *Mise en avant des jeux dématérialisés :* comme nous l'avons dit plus haut, les jeux dématérialisés sont compliqués à prêter aux lecteurs. Munir la bibliothèque d'un ou plusieurs postes PC pour jouer aux jeux dématérialisés est une solution élégante de promouvoir cette partie du média jeu vidéo. Cela permet de mettre à disposition le jeu sans avoir à confier un matériel coûteux à un enfant (annexe 3).

- *Adoptions des locaux de la bibliothèque par les joueurs :* avoir un matériel destiné à l'utilisation sur place permet aux joueurs de la bibliothèque de s'approprier cette dernière, spatialement parlant. Si certains usagers ne venaient en bibliothèque que pour son service vidéoludique, cela permettrait de leur donner une raison de rester in situ. Cela pourrait également les pousser à force de fréquenter les locaux à utiliser d'autres services, spatialement voisin à l'espace dédié aux jeux vidéo. C'est un service à valeur ajoutée pour les usagers de la bibliothèque et peut parfois amener de nouvelles personnes dans l'institution (Nicholson 2012 A).

- *Les inscriptions font venir de nouveaux usagers :* certaines bibliothèques utilisent la pratique suivante ; les manettes de la console ne sont disponibles que contre l'échange de la manette contre la carte de lecteur du joueur – c'est une forme de prévention contre le vol (Nicholson 2012 J). Mais cela permet aussi de pousser les personnes intéressées par le jeu vidéo uniquement à s'inscrire à la bibliothèque. Une fois que ceux-ci ont acquis une carte de lecteur, ils seront plus susceptibles de l'utiliser à d'autres fins, comme emprunter un livre.

- *Bien tolérée par les éditeurs :* depuis de nombreuses années que les magasins spécialisés permettent d'utiliser des consoles sur place, la consultation de jeux sur place ne semble pas poser de problèmes aux ayants droits (Gaudion 2014).

- *La fréquentation de l'espace se reporte sur les autres espaces de la bibliothèque :* les joueurs peuvent se déplacer dans le coin bande dessinée par exemple lorsqu'ils s'arrêtent de jouer (annexe 13).

Les désavantages de l'utilisation sur place

- *Vieille image jeux contre livres :* problème lié au précédent, des parents verront peut-être d'un mauvais œil la « concurrence » des écrans à disposition sans restriction par rapport aux livres et aux médias traditionnels – avec une crainte que leurs enfants ne régulent pas leur temps de jeu où ne prêtent pas attention aux autres médias de la bibliothèque. Les animations sont d'ailleurs moins souvent critiquées que le jeu sur place grâce à la limite de temps (Nicholson 2012 A).

- *Interactions sociales réduites :* les usagers ne vont pas forcément beaucoup se réunir, puisqu'il n'y a pas de rendez-vous précis comme lors d'une animation (Nicholson 2012 A).

- *Espace nécessaire :* il faut généralement dégager un espace pour le matériel de jeu, ce qui peut poser problème dans les bibliothèques exigües.

2.1.1.3 Les animations

L'événementiel est un moment précis où l'usager va se déplacer dans la bibliothèque spécifiquement pour jouer (Nicholson 2012 A). Le jeu vidéo est un média interactif qui offre une grande richesse d'interaction et donc se prête bien pour construire des animations en bibliothèque. Il existe un certain nombre d'animations différentes tournant autour du jeu vidéo, pour des publics différents. On peut sans même avoir de collection

créer des évènements ponctuels : expositions, conférences, rencontres avec des professionnels etc. en faisant appel à des partenaires (Gaudion 2014).

Les avantages des animations

- *Bon pour le « marketing » :* l'évènement attire du monde dans la bibliothèque. On en fait parler via les moyens de communication (flyers, affiches, internet…) et donc à travers lui, on fait parler de la bibliothèque (Nicholson 2012 A). Les animations de jeux vidéo donnent une vision nouvelle aux personnes qui sont déjà utilisatrices de la bibliothèque et améliorent l'expérience générale de la bibliothèque (American Library Association 2017).

- *Amène un nouveau public* : elles attirent de nouveaux usagers. Ces nouveaux usagers peuvent se mettre à utiliser les autres services de la bibliothèque (Advocacy 2012, American Library Association 2017).

- *Attire les adolescents* : les animations font venir les adolescents et leurs parents à la bibliothèque. Il semblerait y avoir une corrélation entre les animations ludiques et l'augmentation du prêt et de la lecture chez les jeunes adultes (Gaming in libraries). Les animations sont également bénéfiques pour créer des connexions entre les jeunes adultes et l'équipe de la bibliothèque (Courtney 2008).

- *Dans la vision troisième lieu :* les animations contribuent à la vision troisième lieu en créant une place de divertissement et d'interactions sociales entre le foyer et le travail (Advocacy 2012, American Library Association 2017).

- *Moins coûteux / moins dépendant des nouveautés :* les animations sont moins chères que les collections – amener une ou plusieurs consoles, des manettes, de quoi restaurer les joueurs et on peut rapidement créer un après-midi ludique et convivial. On peut aisément se faire prêter du matériel ou apporter sa console ou son ordinateur privé pour réduire les coûts éventuels. Il est moins important que pour le prêt de suivre l'actualité et d'acheter au plus vite les derniers jeux à la mode, puisqu'ici le jeu est choisi en fonction d'un contexte (Nicholson 2012 G).

- *Prise de température :* les animations simples comme les jeux libres peuvent être un bon test pour voir s'il existe un public demandeur de jeu vidéo avant de se lancer vers un service plus coûteux.

- *Lien social :* les animations font se rencontrer les gens (Nicholson 2012 A). Par essence, elles invitent les gens en groupes à la bibliothèque et les font se côtoyer et interagir. Aussi, l'animation est un liant social, ce qui va de pair avec les missions modernes des institutions culturelles. Bien que ce soit majoritairement les adolescents qui soient touchés par les animations de jeux vidéo, il ne faut pas négliger que la moyenne d'âge des consommateurs de jeux vidéo est de 35 ans et ne cesse de monter. Le jeu vidéo est donc un bon médium pour créer des animations intergénérationnelles (Advocacy 2012, American Library Association 2017). Enfin, elle contribue à développer l'esprit d'équipe et d'organisation chez les ados, qui peuvent être invités à aider l'organisation d'évènements. Les jeux en multijoueur eux-mêmes peuvent demander un travail d'équipe et de coordination aux participants (Courtney 2008).

- *Temps de média équilibré :* des animations régulières sont une forme de médiation qui est moins critiquée que le jeu en libre accès, car le temps de jeu est limité et contrôlé lors de sessions programmées (Nicholson 2012 J) (Drès 2010).

Les désavantages des animations

- *Les joueurs sont limités dans le temps* : à l'inverse du jeu emprunté que le joueur peut utiliser de longues heures chez soi durant la période de prêt, l'animation est strictement limitée dans le temps, d'une à plusieurs heures. Cela veut dire que le joueur ne pourra jouer qu'un temps limité au jeu. Pour certains jeux à format court, typé arcade, cela convient parfaitement. Mais d'autres expériences plus immersives, comme les jeux de rôle ou d'aventures couvrant plusieurs dizaines d'heures de gameplay nécessaire afin de découvrir la trame narrative poseront des contraintes.

- *Demande de planifier plusieurs évènements si on veut fidéliser :* en effet, si de nouveaux usagers viennent à la bibliothèque pour les animations, il est nécessaire qu'ils repartent à la fin d'une session avec la date de la prochaine animation. Sinon, on risque de perdre ce nouvel usager, et le travail de communication pour retoucher ce public sera alors à refaire (Nicholson 2012).

- *Demande de faire plus de publicité :* contrairement au prêt, il faut mettre un peu plus en avant son service d'animation pour être sûr de toucher son public (annexe 4).

- *Difficile à évaluer :* on tente de compter le nombre de participants, les publics touchés etc. Mais il est difficile d'avoir une vision sur le long terme en matière d'impact sur le service. Il manque des critères pour évaluer les programmes d'animations en bibliothèque (Bishoff 2015).

- *Destinés aux jeunes avant tout :* il peut y avoir des animations qui concerneront plus les adultes (le retrogaming et l'histoire du jeu vidéo (Tauziac 2015), ou les ateliers intergénérationnels par exemple) mais majoritairement, les animations concerneront les jeunes et adolescents (Bishoff 2015).

2.1.1.4 Services dans les bibliothèques romandes

2.1.1.4.1 Prêt

Sur les sept bibliothèques romandes interrogées pratiquant des services autour du jeu vidéo, quatre offraient un service de prêt.

La bibliothèque jeunesse de Nyon s'est spécialisée dans une collection de jeu 3DS, avec également des exemplaires de la console portable de Nintendo en prêt (annexe 4).

Les bibliothèques de Carouge et la bibliothèque de la ville de La Chaux-de-Fonds mettent à disposition une collection couvrant les trois grandes consoles de salon de la génération actuelle, à savoir WiiU, PS4 et X-Box One. La nouvelle Switch de Nintendo est arrivée à la bibliothèque de La Chaux-de-Fonds depuis mars 2017. Les consoles elles-mêmes ne sont pas en prêt, les joueurs doivent posséder une console chez eux (annexe 1, 7). La bibliothèque de Carouge ne pratique d'ailleurs que le prêt, elle ne fait pas d'animation et n'a pas l'espace de proposer du jeu sur place (annexe 1). La bibliothèque des jeunes de La Chaux-de-Fonds propose une collection de prêt regroupant une quarantaine de jeux Switch, DS et PS4 (annexe 3).

Le site de la Cité des bibliothèques de Genève préfère pour l'instant grandir du côté de la médiation via les animations proposées et avoir des bibliothécaires rôdés avant de se lancer dans un service de prêt (annexe 2)

2.1.1.4.2 Animations

Sur les sept bibliothèques romandes, interrogées, six pratiquent les animations autour du jeu vidéo. Seule la bibliothèque de Carouge ne fait pas d'animation, par manque d'espace dans ses locaux et pour la difficulté de justifier la location d'espaces communaux pour organiser des évènements autour du jeu vidéo auprès de sa tutelle (annexe 1). On constate donc que le jeu vidéo se prête bien pour créer des animations en bibliothèques.

Parmi les bibliothèques romandes, la bibliothèque de la Cité a axé principalement son offre autour des animations (ateliers et conférences) (annexe 2). La bibliothèque d'Yverdon-les-Bains, elle, n'utilise le jeu vidéo que lors d'évènements de médiation culturelle – elle ne possède ni jeu sur place ni collection de prêt. Néanmoins, les jeux créés lors d'ateliers de création de jeux vidéo étaient jouables le temps de leur exposition à la bibliothèque (annexe 6).

La bibliothèque de la Ville de La Chaux-de-Fonds a commencé à mettre en place une série d'animations pour accompagner son exposition temporaire « Press Start ». Avant cela, il s'agissait surtout de présenter des jeux vidéo durant les coups de cœur de la bibliothèque (annexe 7). La bibliothèque de Nyon met en place environ dix à douze animations par année (annexe 4).

La médiathèque de Vevey a commencé à utiliser le jeu vidéo via des animations (annexe 5).

La bibliothèque des jeunes de La Chaux-de-Fonds organise pour l'instant des animations de jeux libres sur deux heures, où les enfants viennent jouer sur un beamer à des jeux comme Mario Kart. Elle a l'ambition de préparer à l'avenir des ateliers pour initier les gens à des jeux plus difficiles d'accès. Elle organise aussi des contes numériques, mais utilise des livres numériques illustrés plutôt que des jeux vidéo pour l'instant (annexe 3).

Pour le détail des types d'animations utilisées par ces bibliothèques, voir la section « types d'animations ».

2.1.1.4.3 Jeu sur place

La bibliothèque de Nyon est la seule bibliothèque suisse interviewée qui propose de pouvoir jouer sur place à ses lecteurs, grâce une console 3DS qu'ils mettent à disposition (annexe 4). Le choix de la console portable rend la mise à disposition sur place aisée, car cela demande moins d'espace et de matériel (télévision et branchements) que les consoles de salon ou les bornes PC. Il y a quelque chose de similaire avec les iPads de la section jeunesse de Prilly.

Il était possible de jouer librement à des bornes d'arcade lors des expositions de la médiathèque d'Yverdon et la bibliothèque de la Ville de La Chaux-de-Fonds, mais seulement pendant et dans le cadre des expositions (annexe 7).

La médiathèque de Vevey a pour projet de mettre bientôt sur place un espace numérique, qui contiendra un endroit dédié aux jeux vidéo. Cet espace sera notamment

axé sur le jeu rétro (avec des bornes d'arcade et d'anciennes consoles) et sur la production indépendante et suisse avec des sélections de jeux sur tablettes et PC. Un fonds destiné au prêt est également prévu (annexe 5).

La bibliothèque des jeunes de La Chaux-de-Fonds prévoyait du jeu en libre-accès mais a renoncé pour l'instant à cette forme de service à cause de l'hostilité du public envers la mise en libre accès des tablettes de lecture – perçus comme une concurrence aux livres par les parents (annexe 3).

En plus de cette perception de « concurrence au livre », le jeu peine sans doute à trouver sa place en libre accès à cause de son arrivée tardive ; en effet, il faut prévoir des espaces dédiés dans des bibliothèques qui sont souvent spatialement déjà très occupées.

2.1.1.5 Services dans les bibliothèques françaises

2.1.1.5.1 Prêt

Sur les sept bibliothèques françaises interviewées, trois pratiquent le prêt. Les bibliothèques qui ne prêtent pas de jeux vidéo renoncent généralement pour des questions de droit français rendant la chose officiellement illégale (annexe 9).

La bibliothèque de Chartres pratique le prêt – c'est d'ailleurs le principal point de son projet de jeu vidéo. Elle a été un précurseur en matière de jeux vidéo en bibliothèque en France, en démarrant son service en 2011 (annexe 10). La bibliothèque de Chassieu pratique également cette forme de médiation – une demande politique qui devait accompagner le pôle ludothèque et le prêt des jeux de société (annexe 11). La bibliothèque de Dardilly pratique également cette forme de médiation.

2.1.1.5.2 Animations

Cinq des sept bibliothèques françaises proposent des animations.

Les médiathèques de Montpellier organisent des animations les mercredis et dimanches après-midi et durant les vacances scolaires (annexe 13).

La bibliothèque de Vaclav Havel organise deux types d'évènements : les animations régulières (séances découvertes, tournois etc.) et les animations occasionnelles (conférences, rencontres etc.) (annexe 14).

2.1.1.5.3 Jeu sur place

Contrairement aux bibliothèques suisses, le jeu en libre-accès est la forme la plus répandue de service parmi les bibliothèques interviewées en France, puisque six médiathèques sur sept la pratique.

Rapport-Gratuit.com

Les bibliothèques pratiquant cette forme de médiation placent généralement des consoles et/ou des PC, voire parfois des bornes d'arcade ou du matériel pour la réalité virtuelle dans un espace dédié (parfois une salle de projection). Selon les cas, l'accès peut être limité à des créneaux horaires précis, demandant aux usagers de s'inscrire (annexes 8, 9, 13).

La bibliothèque de Chassieu offre également du jeu vidéo en libre-service. Les nouveautés de la collection sont exclues du prêt pour pouvoir être utilisée librement sur place par les usagers (annexe 11).

2.1.2 Positionnement au-delà du service

Le positionnement de la bibliothèque par rapport à son service de jeux vidéo est important. Il doit être cohérent par rapport à sa mission. Les objectifs doivent être pertinents et la collection adaptée à ceux-ci (annexe 4).

Hélène Drès relève trois degrés de positionnements généraux par rapport au jeu vidéo en bibliothèque :

1. Le jeu comme outil marketing
2. Le jeu comme outil d'événementiel
3. Le jeu comme produit culturel à part entière

Dans le premier cas, le jeu n'est utilisé que sporadiquement, lors d'animations ponctuelles et non régulières, dans le but d'attirer le public à la bibliothèque. Dans le second cas, on traite le jeu vidéo comme un support d'animation valide, au même titre que le conte ou la lecture par exemple, et on programme de façon régulière des animations utilisant ce média. Dans le troisième cas, le jeu est considéré comme un document valide au même titre que les livres ou les films, et est intégrées aux collections régulières de la bibliothèque (Drès 2010).

Au-delà de cette approche du jeu vidéo, plusieurs positionnements plus précis peuvent être adoptés :

Rendre accessible un loisir coûteux : c'est un positionnement classique qui va dans le sens de la mission des bibliothèques de permettre à la culture et à l'information à tous (Advocacy 2012) (Buchanan 2012). Concernant le jeu vidéo, il est d'autant plus vrai que le matériel physique peut parfois être onéreux et toutes les bourses ne peuvent pas se l'offrir, surtout les tranches défavorisées de la population. Une des missions principales est donc de démocratiser l'accès à ce loisir (Gaudion 2014) (annexes 1, 3, 4, 11, 14).

Cette mission d'accès au plus grand nombre est aussi la force de la bibliothèque : nous ne sommes pas là pour faire acheter nos usagers, mais notre mission culturelle, liant social et information. Nous sommes en concurrence avec les services commerciaux et notre avantage sur eux est la gratuité et l'aspect désintéressé des conseils que nous prodiguons (American Library Association 2017).

Les jeux mainstream et les jeux indépendants : une position principale qui revient beaucoup au travers de nombreuses bibliothèques est de mettre en avant les jeux de production indépendante, qui ont moins de visibilités publicitaires que les grands titres connus AAA (annexes 2, 4, 5, 7, 9, 11) (Jean 2013). Puisque la bibliothèque a la chance de ne pas avoir de vocation commerciale, elle peut offrir un conseil différent des magasins ou salles d'arcade (Béguelin 2014). En tant que médiatrice, elle peut faire sortir du lot les titres qui ont un intérêt artistique ; cela permet d'aider l'usager à faire le tri entre les jeux « gadgets » et ceux qui sont des œuvres avec plus de profondeur. Certains jeux qui ont fait des flops commerciaux malgré leur qualité ont pu au fil des ans, grâce aux critiques de jeux vidéo, avoir un culte de passionnés qui se sont formés autour d'eux ; la bibliothèque peut jouer ce rôle de critique (Buchanan 2012). C'est une mission similaire à celle d'offrir des livres variés, de favoriser les librairies indépendantes et la petite production des livres. Si on considère également que l'innovation vient souvent des expériences des petits producteurs, c'est favoriser toute l'industrie que de mettre la lumière sur eux (Jean 2013). Mais un positionnement inverse fait aussi sens, comme le démontre la collection de prêt de Carouge. Avec peu d'espace, ils ont besoin d'une collection qui tourne et donc achètent des titres qui plairont à leurs usagers. Le positionnement défendu est qu'en tant qu'institution de lecture de loisir publique, c'est de leur devoir de fournir ce que les usagers demandent (annexe 1). Une variante peut être aussi de prendre position de montrer l'histoire des jeux vidéo et de proposer d'anciens titres (retrogaming) (Jean 2013).

Sensibiliser les jeunes à d'autres jeux : dans un but similaire, montrer aux adolescents qu'il n'y a pas que « Call of Duty » et consorts (annexe 4). Les préados et adolescents sont très attirés par les titres 16 et 18 ans, et sont dans une période de vie où ils dénigrent un peu ce qui est enfantin – alors qu'il y a de très bonnes choses à prendre d'un point de vue gameplay (ou autre) dans les jeux avec des âges PEGI plus bas (annexe 7).

Sensibiliser à la production locale (Suisse) : la médiathèque de Vevey pousse le concept de mettre en valeur les jeux méconnus encore plus loin en voulant mettre l'éclairage sur la production de Suisse romande, en tissant des partenariats avec les producteurs locaux de jeux vidéo, mais aussi les branches d'études universitaires.

Rapport-gratuit.com
LE NUMÉRO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

Montrer l'envers du décor : faire connaître également les métiers qu'il y a derrière le jeu vidéo, faire comprendre les mécanismes qui existent derrière et des outils pour mieux le comprendre, ceci à travers des ateliers de création et des interventions de professionnels (annexe 4).

Donner des clés de lecture : Montrer les coulisses du jeu vidéo c'est également augmenter la compréhension et les clés de lectures du média. Les jeux doivent s'apprendre pour être lus. Les jeux eux-mêmes encouragent l'alphabétisation (lire, écrire, créer du contenu à propos du jeu vidéo). D'une manière générale, c'est la mission des bibliothèques d'aujourd'hui d'aider à résoudre le problème de la fracture numérique et d'initier les gens aux nouvelles technologies (annexe 3).

Faire découvrir le jeu vidéo aux personnes qui ne le connaissent pas : en effet, les usagers d'une bibliothèque peuvent comprendre de nombreux non-joueurs. Aussi, sensibiliser les personnes qu'elle sert à la culture sous ses différentes formes fait partie des prérogatives des bibliothèques modernes (annexe 7). Par son côté non mercantile et lié à la culture « classique » de la lecture, la bibliothèque peut paraître un médiateur de confiance pour ces personnes.

Reconnaître le jeu vidéo comme une pratique culturelle légitime : les bibliothèques ont encore cette aura de temple du savoir et d'institution officielle représentant la culture. Voir le jeu vidéo entrer dans les bibliothèques et y être placé au même titre que le cinéma et la littérature pourrait aider à faire reconnaître cette pratique comme une véritable culture populaire reconnue (Nicholson 2012 C). Il s'agit également de montrer un nouveau visage des bibliothèques (Leusse-le-Guillon 2015). Ce positionnement est d'autant plus important que le jeu vidéo est de plus en plus reconnu comme pratique culturelle légitime (annexe 6). En travaillant également avec les créateurs de jeu, la bibliothèque peut faire reconnaître au jeu vidéo son statut d'art (annexe 5).

S'ouvrir à un nouveau public : dans la suite de l'idée précédente, reconnaître ce média culturel comme légitime c'est également ouvrir la porte des bibliothèques à un public différent qui pouvait se sentir exclu de ces lieux (Gaudion 2014). Plusieurs des bibliothèques interviewées ont vu venir de nouveaux usagers (voir annexes). L'idée est que ces usagers puissent s'approprier la bibliothèque, s'y sentir chez eux. Il faut donc aussi que les centres d'intérêt des jeunes d'aujourd'hui soient représentés (annexe 3).

Inscrire la bibliothèque à la pointe de la technologie culturelle et informationnelle : le jeu vidéo fait partie des médias narratifs les plus récents et les plus liés à la technologie (Gaudion 2014). Leur place en bibliothèque montre donc que celle-ci vit avec son

époque. Cela paraît d'autant plus cohérent lors du développement de tout un espace numérique (annexe 5). Selon Scott Nicholson en 2009, le rapport du Library Gaming Census Report montre une amélioration de 77% de l'image de la bibliothèque grâce aux jeux vidéo (Gaudion 2014).

Offrir une infrastructure difficile à mettre en place seul : la bibliothèque peut offrir une expérience unique qu'il est difficile d'avoir ailleurs, comme lorsque l'organisation est importante (tournois etc.) (annexe 2) (Nicholson 2012 E).

Jeu comme liant social : le médiateur bibliothécaire et son organisation poussent les joueurs à rencontrer de nouvelles personnes, à travers l'évènement organisé. Des groupes que les joueurs ne créeraient pas d'eux-mêmes sont alors formés et le jeu devient un vecteur social, de rencontre et de cohésion d'une communauté. (Nicholson 2012 C) (annexe 2, 8). Le jeu peut également créer un lien entre les générations, car il y a différentes générations de joueurs (Leusse-le-Guillon 2015) (annexes 8, 9). Grâce à la bibliothèque comme lieu de rencontre, on peut mettre en valeur le multijoueur en présentiel et faire se rencontrer des amateurs du jeu entre eux (annexe 4, Montpellier) (Gaudion 2014). Cet aspect social peut également servir la mixité sociale en invitant des gens de toutes classes à venir utiliser ce service à la bibliothèque (annexe 13). Le jeu vidéo renforce l'aspect social grâce à l'apprentissage de règle (Advocacy 2012) ainsi que le respect entre joueurs et l'entraide (annexe 8). Il est à noter que selon une étude de Thierry Robert des bibliothèques de Montréal, il y aurait une amélioration de 61% des interactions sociales dans la bibliothèque dû aux activités liées aux jeux vidéo (Gaudion 2014). Le jeu peut être vecteur d'entraide entre les participants, comme l'a constaté par exemple la bibliothèque des Jeunes de La Chaux-de-Fonds : une grande fille a aidé spontanément une plus petite fille à jouer lors d'un atelier (annexe 3). Ne pas oublier d'investir dans des jeux multijoueur si le positionnement de la bibliothèque est l'échange social (Gaudion 2014). La bibliothèque peut jouer sur les aspects compétition et coopération pour créer ces liens durant les sessions de jeux (annexe 11). La bibliothèque de Vaclav Havel soulève le fait que le jeu vidéo peut être un médium pour lier des liens avec des publics réputés difficiles (adolescents, handicapés etc.) (annexe 14).

Disparition des magasins spécialisés : bien qu'il existe bon nombre de reviewers sur internet, les consommateurs de jeux vidéo perdent un lien en présentiel avec la personne qui jadis leur fournissait des conseils. Il a été montré par l'expérience que les parents d'enfants qui ne sont pas joueurs eux-mêmes mais désirent faire le meilleur choix pour leur enfant appréciaient beaucoup l'expertise des bibliothécaires dans les institutions proposant du jeu vidéo. Car les sites spécialisés en jeux vidéo ne remplacent pas le

conseil en présentiel qui a disparu avec les magasins spécialisés, car ces sites ont souvent un niveau de langage qui ne s'adresse pas aux néophytes (annexes 4, 11).

Rassurer sur les a prioris sur le média : dans le même sens que le précédent point, par sa position de spécialiste en matériel de culture, la bibliothèque peut rassurer les parents sur la qualité de ce qu'ils trouveront chez eux en matière de jeux vidéo pour leurs enfants (annexe 1, 10). Et grâce aux animations pour les néophytes, ils peuvent faire découvrir aux gens possédant des a priori sur le média les bons côtés de cette culture en mettant en avant ses aspects les plus artistiques (annexe 5, 7). La bibliothèque de Chartres conseille souvent aux parents de jouer avec leurs enfants (annexe 10). La bibliothèque peut également rassurer les parents par le cadre qu'elle pose autour de la pratique (la qualité des jeux achetés, les règles d'utilisation comme la limite de temps etc.) (annexe 12).

Intéresser les parents au média : nous pouvons faire découvrir aux parents que le jeu vidéo a d'autres aspects que ce que leurs enfants leur montreraient spontanément (annexe 4). Connaître les jeux vidéo et montrer de l'intérêt pour leur passe-temps aiderait également à nouer le dialogue parent-enfant (Bouysse 2016).

Une bibliothèque lieu de vie : dans l'optique troisième lieu, bien évidemment, faire de la bibliothèque un endroit que les usagers peuvent s'approprier en y introduisant leurs loisirs et leurs préoccupations. Dans cette optique, il est logique de faire entrer le jeu vidéo dans les locaux de la bibliothèque (annexe 5). C'est l'occasion d'offrir un cadre de jeu qui soit confortable avec un matériel adéquat (annexe 11). Pour les joueurs c'est également la possibilité de rencontrer d'autres joueurs et de pouvoir s'adonner au multijoueur en local (annexe 12).

Une passerelle vers les autres médias de la bibliothèque : tout particulièrement si le jeu vidéo est utilisé dans des ateliers transmédia, il peut pousser des usagers ne venant à la bibliothèque dans un premier temps que pour la collection de jeux vidéo ou les animations à commencer à utiliser les autres services de l'institution (annexe 14).

2.2 Evènementiel

Nous retrouvons dans la littérature professionnelle ainsi que dans les expériences réalisées par les bibliothèques interviewées un certain nombre récurrent d'animations et autres formes de médiations culturelles autour du jeu vidéo. Nous avons essayé ici de les regrouper et de les décrire.

2.2.1 Types d'animations

Il existe déjà un grand nombre d'animations utilisées par les bibliothèques. Je les ai regroupées ici en grandes catégories :

- Les animations où l'on joue
- Les ateliers créatifs
- Les conférences
- Les spectacles
- Les expositions

2.2.1.1 Les animations où l'on joue

Il s'agit du type d'animation principale autour du jeu vidéo, puisqu'il s'agit de mettre la manette en main et de faire jouer les participants. Cette forme couvre un grand nombre de sous-genre d'animations très variées mais toujours liées par la pratique du gameplay du jeu reste une partie centrale de l'évènement. Les jeux multijoueurs sont évidemment une préférence, mais il est également possible de se retrouver à plusieurs autour d'un jeu « solo » ; l'aspect social altérant l'expérience de jeu par rapport à jouer seul chez soi (Devriendt 2013).

- Ateliers découverte : très prisés des bibliothèques, car entrant tout à fait dans le concept de faire découvrir la culture à une population. Il peut s'agir d'atelier pour néophytes, qui font découvrir le jeu vidéo à des gens qui connaissent peu ou pas le média - certains de ces ateliers peuvent être ciblés envers un public particulier, comme les seniors (cf. la Gaîté Lyrique). Mais il peut aussi s'agir d'ateliers thématiques sur un sujet, comme le jeu indépendant, destiné à un public déjà joueur pour leur faire connaître des jeux moins répandus. Ces ateliers peuvent avoir une thématique, que ce soit au niveau du genre de gameplay, de scénario, de l'histoire du jeu vidéo (en parlant de retrogaming) (Béguelin 2014), la technologie (réalité virtuelle, jeux tactiles etc.) ou autres, comme par exemple la production Suisse de jeux vidéo. (Nicholson) (Annexe 2). Attention, en ce qui concerne les ateliers découverte pour les adultes, il faut bien choisir ses créneaux horaires (le samedi après-midi est généralement plutôt dédié aux activités en famille par exemple) (Gaudion 2014).
- « Open play » / après-midi jeux libres : c'est le format standard de l'animation de base ; les jeux sont disposés par postes, les bibliothécaires accueillent les

usagers, qui peuvent jouer librement et partir quand bon leur semble. Il faut choisir des jeux qui se jouent rapidement, peu complexes et avoir un choix assez varié. Le rôle du bibliothécaire est surtout d'accueillir les participants et de faire le lien entre eux et le jeu qu'ils recherchent. L'avantage de cette formule est qu'elle permet les rencontres entre usagers (Nicholson 2012 E). C'est un format aussi très pratique pour débuter, car il demande moins de préparation et d'organisation que d'autres comme les tournois (Schmidt 2006). Il est possible de proposer des soirées jeux vidéo ciblées pour les adultes également, en couplant l'animation à un apéro (Béguelin 2014).

- Tournois : les participants se confrontent en montrant leur maîtrise du jeu. La bibliothèque offre donc un cadre organisationnel idéal pour ce genre d'évènement qui n'est pas évident à mettre en place seul. Les participants sont plus généralement plus engagés dans le jeu que dans les ateliers libres. Le rôle d'arbitre s'ajoute à celui d'agent d'accueil pour les bibliothécaires. Scott Nicholson conseille d'avoir des activités « jeux ouverts » à côté, pour les personnes qui ne veulent pas participer au tournoi lui-même ou attendant leur tour (Nicholson 2012 E). Les tournois demandent un certain niveau d'organisation mais sont souvent populaires (Courtney 2008). La bibliothèque de Nyon a remarqué que les animations compétitives provoquent moins de tensions que les animations basées sur la coopération – les personnes ayant des niveaux de maîtrise différentes des jeux sont souvent plus frustrées de jouer ensemble si elles sont dans la même équipe que si elles sont face à face (annexe 4). La Fremont Public Library réalise un tournoi une fois par mois tellement cette forme d'animation rencontre du succès auprès de ses usagers (Courtney 2008). Dans une enquête sur les bibliothèques américaines des années 2006 et 2007, Scott Nicholson constatait que la forme de tournoi était utilisée pour 42% des animations de jeux vidéo en bibliothèque (Nicholson 2012 C).
- Atelier « cross-média » : ici l'idée est de lier l'expérience de jeu avec un service existant de la bibliothèque. On choisit des jeux qui ont un lien avec un livre ou un film, on utilise les adaptations d'œuvres, une thématique commune etc. (Nicholson 2012 E). Selon une étude sur les pratiques suisses sur le jeu vidéo de 2012, 43% des joueurs seraient intéressés par la littérature et l'art et 67% par les nouvelles technologies. D'une manière générale, il y aurait également un plus haut pourcentage de joueurs intéressés par différentes activités que de non-joueurs (Interactive Software Federation of Europe 2012).

- « Gaming club » : destiné à un public plus connaisseur généralement, et également plus « fidélisé », qui sera prêt à revenir de façon régulière. Les joueurs se rencontrent régulièrement, avec le même genre de jeu – ou le même jeu. Il faut un jour régulier qui puisse être réservé dans le calendrier des joueurs (exemple : le troisième samedi du mois). Cela permet à ces joueurs de s'investir plus profondément et sur une plus longue durée dans un jeu. Cela offre la possibilité de créer un groupe de joueurs « fidèles » à la bibliothèque ; ils peuvent être utiles pour organiser des évènements et des animations, conseiller sur les jeux etc. (Nicholson 2012 E). Un gaming club peut aussi être utilisé pour faire des thématiques différentes suivant les périodes, voire discuter et faire des tables rondes avec des intervenants. La problématique principale pour créer un club comme celui-ci est de réussir à fidéliser une base de joueurs prêts à revenir souvent (annexe 4).

- Animation intergénérationnelle : le concept de ces animations à but social est d'utiliser le jeu comme vecteur de rencontre entre les âges. On peut poser comme requis pour participer au jeu d'amener avec soi un parent, ou un grand-parent à l'animation (Béguelin 2014) (annexe 5). Cela peut se mélanger avec le concept d'atelier découverte ou de tournois.

Ces animations requièrent encore plus que les autres de suivre une démarche précise sur l'expérience que l'on veut offrir au joueur à travers le jeu, car l'utilisation de ce dernier sera prépondérante.

Si le jeu est souvent le centre de l'animation, il est parfois plutôt utilisé comme outil pour atteindre un objectif différent, comme par exemple dans les ateliers intergénérationnels, où il est utilisé comme vecteur social pour faire se rencontrer et interagir différentes parties de la population.

2.2.1.2 Ateliers créatifs

Il est ici question des animations tournant autour du jeu vidéo mais qui mettent au centre le développement créatif du participant. On peut distinguer deux sous-groupes : les ateliers où l'on fait de la création de jeux vidéo (de jeux entiers, de niveaux, ou de construction à l'intérieur du gameplay du jeu comme dans MineCraft), et les ateliers où l'on utilise le jeu vidéo comme sujet pour créer quelque chose d'autre (dessin, écriture etc.).

Les ateliers de création de jeux peuvent apprendre à comprendre la logique de programmation qui se trouve derrière ces programmes et améliorer la « Numeric Litteracy » (American Library Association 2017).

Les ateliers de création (niveau, mods etc.) développent la créativité (Advocacy 2012).

Atelier de création de jeux vidéo / dans le jeu vidéo :

- Création de jeux vidéo : atelier à court terme en quelques heures pour créer un petit jeu ou un atelier à long terme, sur plusieurs sessions (Nicholson 2012 E). L'évènement peut se faire accompagné de professionnels invités pour l'occasion. Pour des jeux simples, on utilise généralement des logiciels de créations de jeux vidéo si possible pas trop compliqués. Pour des jeux plus complexes, il faut inviter des professionnels capables de coder pour les participants (annexe 2, Yverdon). L'avantage de ces ateliers est de permettre de comprendre les mécaniques derrière les jeux auxquels on joue et de développer la créativité des participants. Ils servent aussi à montrer les côtés positifs du média. Cela augmente aussi la crédibilité de l'institution par rapport aux jeux vidéo, mais demande une implication plus forte de la bibliothèque (Jean 2013).

- Game jam : une variante de l'atelier de création de jeux vidéo. Il s'agit ici d'imposer une contrainte supplémentaire de temps. Les jeux doivent être réalisés de A à Z en une ou deux journées, comprenant l'ensemble du code et des assets. Un concept à réserver peut-être à des créateurs de jeux plus aguerris, ou inviter un public plus néophyte comme spectateur.

- Créations de niveaux / mods : utiliser les outils de création intrinsèque à un jeu (ou parfois développés par des tiers) pour jouer avec le level design et créer un niveau ou une carte du jeu (Buchanan 2012). L'exemple le plus facile et le plus évident qui vient tout de suite est le jeu Super Mario Maker, dont le concept tourne autour d'un éditeur de niveau facile d'accès et pédagogique. Mais d'autres jeux possèdent leurs éditeurs, comme Little Big Planet par exemple (Nicholson 2012 E). Ce genre de session peut permettre également de s'échanger les niveaux créés et de jouer aux niveaux des autres participants et de se poser des challenges (Devriendt 2013).

- Création à l'intérieur du jeu : l'exemple le plus typique est le jeu MineCraft, dont le concept est d'inviter les joueurs à miner des ressources puis à les exploiter pour créer des constructions facilement en posant des cubes de matières dans

un univers fait d'un gigantesque grillage tridimensionnel. D'autres jeux du genre ont suivi ou précédé ce jeu (Terraria, Dragon Quest Builder …). Ce genre de jeu permet de créer une expérience de jeu liée à un projet de construction en commun (Devriendt 2013).

Une variante possible de ces ateliers de création de jeux est de le transformer en évènement familial où l'on vient créer un jeu ensemble en famille (Nicholson 2012 E).

Atelier de création autour du jeu vidéo :

- Atelier de fanart : l'idée est de s'inspirer de la ligne graphique et des designs de personnages du jeu pour créer des dessins ; les fanarts sont populaires sur internet.

- Atelier pixel art : autre variante de l'atelier dessin, mais s'inspirant des lignes graphiques des jeux vidéo retro. Il s'agit de proposer de créer des dessins et personnages en carrés de couleurs, comme les images en basse résolution des anciens jeux vidéo (cf. exemple de Belleville). Ce genre d'atelier peut se faire aussi en bricolage grâce à des perles à repasser.

- Atelier papercraft / papertoy : encore une variante sur l'atelier créatif. Axé bricolage (Annexe 2). Les jeux à l'aspect cubique comme MineCraft se prêtent bien à ces bricolages très carrés (Gaudion 2014).

- Ateliers *Makey Makey* : atelier bricolage autour du jeu vidéo, où l'on créé une manette, borne d'arcade à partir de bricolage. Cela demande des compétences spécifiques. Si on le fait avec des jeunes enfants, il faut prévoir une bonne partie du bricolage à l'avance et laisser les enfants personnaliser leur manette ou leur borne en les décorant (annexe 2).

- Atelier d'écriture de fanfiction : de la même manière que les fanarts, les fanfictions sont populaires à l'ère d'internet. Ici, il s'agit de s'inspirer de l'univers ou la trame narrative d'un jeu pour écrire une histoire. La fanfiction peut encourager l'écriture chez les adolescents (Buchanan 2012). Le jeu devient une inspiration ou une contrainte pour un atelier d'écriture. Cela devient l'occasion d'en apprendre plus sur les mécaniques pour écrire une histoire.

- Autre variante : l'atelier d'écriture de scénario, qui peut se lier avec un atelier de création de jeux vidéo (Hutchison 2009) (annexe 6).

Rapport-Gratuit.com

- Création vidéo (Machinima) : à l'instar de personnages Lego ou de pâte à modeler, les modèles 3D des jeux vidéo peuvent servir à tourner des films amateurs. Certains jeux ont des options internes permettant ces effets (GTA, Garry's Mod de Half Life), d'autres demandent des outils externes. C'est l'occasion de traiter de la vidéo (processus de création, gérer une chaîne YouTube etc.). Un logiciel qui peut être utilisé pour ce type d'atelier est Moviestorm (Gaudion 2014).

- Toujours autour de la vidéo, des ateliers autour du streaming, des chaînes YouTube ou Twitch, pour apprendre aux participants à utiliser ces plateformes. Ces plateformes permettent à n'importe qui aujourd'hui de partager son expérience de jeu (Bouysse 2016). Un atelier tel que celui-ci peut être utilisé pour créer du contenu pour la propre page YouTube de la bibliothèque. (Cf. exemple bibliothèque de la Cité).

- Ecriture de F.A.Q. / solution pour le jeu / littérature secondaire : de nombreuses solutions de jeux (souvent appelées walkthroughs ou FAQ en anglais) peuvent être trouvées sur internet – certains sites sont même spécialisés, comme GameFAQ. Il peut être intéressant d'utiliser le jeu vidéo comme objet d'analyse pour ensuite procéder à l'écriture d'un guide stratégique avec les participants de l'atelier (Buchanan 2012). Ce guide peut ensuite être mis en valeur dans la bibliothèque même, dans une collection dédiée ou sur le site de l'institution. La bibliothèque peut même dédier une section aux guides écrits par les usagers (Hutchison 2009), ou éditer un petit journal (annexe 14). Travailler sur la solution d'un jeu peut être mis en lien avec un « gaming club » (Buchanan 2012).

- Ecriture de review : dans le même esprit que l'écriture de solution pour jeu, ici il s'agit de proposer aux participants de se soumettre aux contraintes de l'écriture d'évaluation d'un jeu ; un exercice d'autant plus intéressant que les reviewers bénéficient d'un succès certain sur internet (Joueur du Grenier, At0mium, Hooper …) et peuvent fournir aux joueurs des avis plus « indépendants » que la presse professionnelle qui en vit.

Considérer le jeu vidéo sous son aspect créatif permet de le faire voir sous une autre lumière que celle du divertissement seul ; on peut montrer l'aspect artistique via la création de scénarios, de « sprites » (images d'un élément du jeu). On peut montrer l'aspect technique ou mathématique du code ou des règles de game design qui se

cachent en arrière-plan du jeu et ainsi augmenter la littératie du joueur et sa compréhension du média qu'il consomme.

Il y a aussi un aspect intéressant du côté des créations de « soluces » ou de vidéo sur les jeux, où les usagers de la bibliothèque deviennent créateurs du contenu même de l'institution et peuvent échanger des sources d'information qu'ils conçoivent entre eux, dans la même idée que l'internet 2.0 est centré sur le contenu créé par les utilisateurs.

2.2.1.3 Conférences, tables rondes, débats …

Ici, le jeu vidéo n'est plus la pratique mais plutôt le sujet d'une présentation ou d'un échange avec des professionnels ou spécialistes du sujet. Les intervenants peuvent être des professionnels du monde du jeu vidéo. Un exposé peut également être le point de départ d'un atelier de création de jeux (Nicholson 2012 E).

- Expliquer les métiers du jeu vidéo, comme game designer (Bouysse 2016), en invitant des personnes issues de l'industrie.
- Parler de thématiques liées au média, grâce à des critiques, des testeurs de jeux (exemple Dimitri et Julien…)
- Parler de la scène sportive ou du statut de joueur professionnel, en invitant des joueurs d'e-sport professionnels (Kayane à Vaclav Havel).
- Des psychologues pour aider à parler des aspects problématiques.

Béatrice Larcinese, de la bibliothèque de la Ville de La Chaux-de-Fonds, précise qu'il est important de tout de même trouver un moment pour que les spectateurs d'une conférence se retrouvent un moment manette à la main – car il n'y a pas meilleur moyen de comprendre un concept sur le jeu vidéo qu'en l'expérimentant (annexe 7).

2.2.1.4 Spectacles

- Heures du conte numérique : il s'agit d'une des prestations typiques des bibliothèques utilisant du jeu vidéo les plus répandues. Le concept est simple ; il reprend celui de l'heure du conte mais en utilisant un jeu vidéo comme médium au lieu d'un album. Les usagers viennent à la bibliothèque se faire raconter une histoire, comme lors d'une heure du conte classique (Nicholson 2012 A). Un jeu très scénarisé est projeté à l'écran. Le conteur a la souris, il joue et récite les dialogues et mène le jeu, et demande au public des idées pour résoudre les énigmes qu'il rencontre en chemin. On utilise généralement des jeux d'aventures (style point'n'click), car ils sont très narratifs et ont l'avantage de ressembler à ce

Rapport-gratuit.com
LE NUMÉRO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

que les bibliothèques proposent déjà (les livres). Ils sont très utiles pour les animations permettant de légitimer la présence du jeu vidéo en bibliothèque. Les interactions entre les spectateurs qui cherchent des idées sont également un bon moyen pour créer du lien entre les usagers. (Laurent 2010).

- Streamer : à mi-chemin entre un animateur et un joueur professionnel, le streamer ou *Let's player* est déjà très populaire sur les médias sociaux tel Twitch et YouTube. Cet évènement peut faire double emploi, à la fois animation de spectacle, mais également coup de communication, puisque la bibliothèque sera visible à distance. Enfin, le streaming et le *Let's play* faisant partie du monde du jeu vidéo, il est intéressant de le faire figurer au milieu des autres formes du média (annexes 7, 14).

- Match d'e-sport : à l'instar des pratiques sportives, le jeu vidéo a aujourd'hui ses athlètes et ses joueurs professionnels, et les représentations publiques de ces prestations sont de plus en plus visibles grâce à internet. Une certaine partie des amateurs de jeux vidéo sont friands de cet aspect compétitif du jeu vidéo. La bibliothèque peut servir de lieu de diffusion ou rediffusion de match, en utilisant le matériel spécifique de la bibliothèque – comme un beamer – pour rendre l'expérience plus grandiose qu'à domicile. Les animateurs de l'animation, bibliothécaires ou animateurs externes, devraient cependant être capables de commenter le match, et donc d'avoir un minimum de connaissances nécessaires sur les pratiques et mécaniques du jeu. Ce concept de commenter un match sur grand écran en direct peut se combiner avec le fait de réaliser un tournoi avec les participants et ainsi commenter non pas des joueurs professionnels mais le jeu des usagers.

- *Speed-run* : dans une variante de la représentation de performance en jeu vidéo, le but du *speed-run* (littéralement "course de vitesse") est de terminer un jeu le plus rapidement possible. Comme le match d'e-sport, il peut être intéressant de commenter la performance du joueur sur grand écran, en direct ou en rediffusion.

- Projection d'un film basé sur un jeu, de documentaires filmés, le tout avec un débat post-visionnage peut être intéressant (Buchanan 2012).

2.2.1.5 Expositions

En utilisant leurs espaces, des bibliothèques montent régulièrement des expositions temporaires sur les jeux vidéo. Généralement, elles s'accompagnent d'une thématique (le retrograming, l'histoire des jeux vidéo …).

Les expositions temporaires sont souvent le cadre idéal pour faire intervenir différents animateurs qui profitent de l'espace et du matériel pour mener leurs animations, généralement en lien avec la thématique de l'exposition. L'animateur peut être externe comme interne à la bibliothèque.

2.2.2 Types d'animations dans les bibliothèques romandes

La bibliothèque de la Cité fut la première des bibliothèques de Suisse romande à mener des animations autour du jeu vidéo (Béguelin 2014). Elle organise des après-midi jeux (qui ont l'avantage d'être des animations de base, et d'être faciles à organiser), des ateliers de création de jeux (où ils font venir des game designers et autres créateurs du monde du jeu vidéo suisse), des conférences, des animations thématiques sur le jeu vidéo suisse, des animations « move your fingers » (des animations avec des jeux sur tablette et multijoueur, dont la thématique principale est de jouer avec son doigt, ce qui est très instinctif et donc accessible), des animations sur le retrogaming, des apéros-jeux pour les adultes, des ateliers de Let's play pour les adolescents, des ateliers de bricolages, de papercraft, des heures du contes et des expositions de jeux vidéo.

À l'avenir, ils aimeraient mettre en place des animations autour d'un atelier Twitch, dont le but serait d'apprendre aux participants ce qu'est le streaming, comment fonctionne ce site, les bonnes pratiques à adopter etc. L'idée serait de créer des ateliers réguliers afin de suivre les projets – qu'ils soient individuels ou alors regroupés sur une chaîne Twitch de la bibliothèque. Pour l'instant, la crainte est de ne pas avoir le temps et les formations nécessaires pour assurer un tel service sur le long terme (annexe 2).

La bibliothèque de La Chaux-de-Fonds a mis en place cette année (2017) sa première exposition temporaire sur le jeu vidéo : « Press Start ». Il s'agit d'une exposition dédiée au retrograming et à l'histoire du média. Elle a été mise en place grâce à un partenariat avec l'association NemcoShow (voir ci-après la mention des animateurs externes).

Durant cette exposition, la bibliothèque a proposé plusieurs ateliers, dont la découverte de la réalité virtuelle, ainsi que des conférences avec des blogueurs spécialisés – notamment une expérience transmédia sur le héros Batman. Elle accueille également un streamer connu qui jouera à Dark Soul 3 depuis la bibliothèque, ceci afin de représenter le *Let's play* et les streamers, car c'est une partie importante de la culture vidéoludique d'aujourd'hui (annexe 3).

La bibliothèque de Nyon mène deux types d'animations : premièrement, des animations axées plutôt sur l'aspect social, avec des jeux majoritairement multijoueur, joués en

tournois. Deuxièmement, des animations plutôt culturelles, où on découvre des jeux moins connus, avec un fort aspect artistique (Journey, Brothers, Abzû …) (annexe 4).

La bibliothèque d'Yverdon-les-Bains a organisé des ateliers créatifs « Des pages aux joysticks » lors du festival Numeric Games où des groupes de jeux créent des jeux vidéo à partir de livres. Ces jeux sont ensuite mis en valeur sur internet et dans une exposition modulable – qui peut être empruntée par d'autres bibliothèques. Ces ateliers ont été organisés en partenariat avec la médiathèque de Vevey (annexe 6).

La médiathèque de Vevey a organisé des conférences (notamment une transmédia intitulée « le héros était une femme », une sur la création de jeux vidéo et une avec un psychiatre Philippe Stefan), des tournois (Mario Kart sur plusieurs consoles de différentes générations, avec une optique historique, Just Dance dans le cadre d'un festival de danse dans la ville de Vevey), des ateliers de création de jeux vidéo avec la bibliothèque d'Yverdon-les-Bains, des animations intergénérationnelles (où des jeunes devaient présenter leur jeu préféré à des seniors). Dans le futur, après le développement de son pôle numérique, la bibliothèque compte développer encore plus sa médiation autour du jeu vidéo, notamment dans une optique de retrogaming et de mise en avant de la scène indépendante et suisse (annexe 5).

2.2.3 Types d'animations dans les bibliothèques françaises

La médiathèque du Pôle culturel d'Alfortville organise des tournois ou des découvertes de jeux collaboratifs trois fois par an, durant la période de vacances scolaires (annexe 8). La bibliothèque de Dardilly organise également des concours de jeux vidéo (annexe 12).

La bibliothèque de Belleville propose à ses usagers une animation une fois par mois sur grand écran (tournois ou découverte de jeux indépendants). Elle propose également un vendredi par mois intergénérationnel (il est demandé aux enfants d'amener un parent ou un adulte pour jouer en coopération) (annexe 9).

La bibliothèque de Chartres organise ses animations de jeux vidéo pendant les vacances scolaires uniquement. L'animation est de type jeux libres et se déroule durant un après-midi, sur inscription et présentation d'une pièce d'identité. Les participants reçoivent le droit de jouer une heure. Des tournois sont organisés dans les autres bibliothèques du réseau, car il n'y a pas de locaux dans la bibliothèque de Chartres elle-même (annexe 10).

La bibliothèque de Chassieu propose de découvrir via ses animations des jeux différents ainsi que l'aspect création et l'histoire du jeu vidéo. Un « GameLab » ouvert à tous a lieu une fois par mois (sur des thématiques uniques à chaque séance). Ces GameLab sont découpés en trois parties : exposition de la thématique, jeu, puis échange sur l'expérience. La bibliothèque organise aussi des soirées jeux avec le pôle ludothèque, des concours MineCraft, des rencontres avec des professionnels, des heures du conte numérique avec des tablettes (annexe 11).

Les médiathèques de Montpellier proposent des tournois, après-midis jeux, des expositions, des conférences, des ateliers, ainsi que des rencontres avec les studios locaux (annexe 13).

La bibliothèque de Vaclav Havel organise de l'événementiel pour des publics variés : des animations familiales de découvertes de jeux vidéo et applications et des ateliers créatifs (codage etc.) pour les 8-12 ans. Pour les adolescents, ils proposent des présentations de nouveaux jeux hebdomadaires, des rédactions de critiques, des ateliers de code (avec des robots Lego Mindstorm). Pour les seniors, des animations découvertes sur le média sont proposés dans et hors les murs (annexe 14).

A Villepinte, en une journée la bibliothèque organisait plusieurs séances sur des thématiques différentes (retrogaming, jeux de course, jeux de danse, réalité virtuelle…) (Gaudion 2014).

La médiathèque Michel Serres a, par exemple, organisé une semaine MineCraft, comprenant un atelier d'initiation, un tournoi de création, une séance de jeu sur le mode OlymCraft, des ateliers « les enfants aux commandes » et un après-midi « création flash » (où les participants doivent construire des structures rapidement) (Gaudion 2014).

La bibliothèque de Saint-Raphaël propose à ses usagers des sessions à plusieurs autour du jeu Dofus. Ce jeu populaire chez les jeunes permettait également de servir de passerelle cross-media. Il a aussi l'avantage d'être facile à mettre en place (Béguelin 2014).

Le retrogaming a le vent en poupe dans les expositions ces dernières années, notamment en France. Un succès qui doit autant à la nostalgie des joueurs devenus adultes qu'au succès sur YouTube de vidéastes traitant le sujet comme le Joueur du Grenier. Il y a aussi une volonté de mémoire et de conservation, qui d'ailleurs anime certaines bibliothèques patrimoniales (Tauziac 2015).

L'espace jeux vidéo de la Gaîté Lyrique à Paris est un bon exemple de médiation par l'exposition et l'animation à la fois. Il s'agit d'un espace jeu vidéo où les jeux sont exposés selon un thème de l'exposition en cours. Ce thème et la sélection changent régulièrement. Il y a une idée transmédia ; le but est de faire le pont avec d'autres œuvres de différents domaines culturels. Une idée faite pour s'adresser surtout au novice, pour qui le jeu devient alors plus accessible à travers un thème plus universel (Laurent 2011). En 2011, sept jeux étaient sélectionnés sur le thème de la zone irradiée de Tchernobyl. Les jeux choisis furent des univers post-apocalyptiques comme Fallout ou Stalker (Tilly, 2011).

L'espace de la Gaîté Lyrique organise des ateliers découverte du média destinés aux seniors appelés « Game Olders ». Ces ateliers se déroulent sur des séances de deux heures de jeu. Parfois, des tournois intergénérationnels sont organisés pour confronter les seniors à des geeks de 10 à 17 ans (Canu 2013). Ces ateliers ont notamment permis à certains participants de passer par-dessus leur a priori sur la violence liée aux jeux vidéo. (Gomès 2013).

Au début de ces ateliers, les animateurs montrent des jeux très esthétiques, artistiques, afin de séduire le public et de l'accrocher. Une fois le public atteint, on leur donne une manette pour introduire l'interactivité (Albertini 2014). Ce n'est qu'à la fin d'une année de programme qu'on leur montre des jeux qui auraient pu être compliqués au départ, comme Street Fighter (Bottalico 2014).

2.3 Exemples de médiations américains

Selon deux enquêtes menées en 2006 et 2007 par Scott Nicholson, 40% des bibliothèques américaines avaient à ce moment des activités liées aux jeux, mais seulement 20% pratiquaient le prêt. Néanmoins le prêt était en augmentation entre les deux années. Le type de jeux prêtés était majoritairement PC en 2006, mais les jeux consoles ont explosé vers 2007. Le public américain répondait déjà présent avec 56'000 participants pour 6'500 animations en 2007. (Nicholson 2012 C).

La Fremont Public Library a reçu une donation de télévision et de consoles afin de créer un coin adolescent. Les bibliothécaires ont laissé les adolescents se réguler eux-mêmes : ils doivent respecter la bibliothèque et ne pas faire trop de bruit, sinon le système de jeux vidéo est enlevé (Courtney 2008). Cette façon de procéder a ses points positifs : il y a des règles clairement explicitées pour encadrer la pratique dès le départ et elle met à contribution le savoir-faire des jeunes et les responsabilise – ils s'approprient ainsi un espace de la bibliothèque. Il y a cependant un aspect négatif ; la

médiation de la part de la bibliothèque est pratiquement inexistante et le fait de reléguer aux jeunes la gestion des jeux peut donner une impression de mépris ou de mésestime de cette forme de culture par rapport à d'autres services de la bibliothèque gérés par les bibliothécaires.

La Madisonville Public Library organise les vendredis après-midi des « Laptop Lab » où les usagers peuvent venir avec leurs propres portables participer à des jeux en ligne avant la fermeture de la bibliothèque. Après avoir reçu un don d'une console et acheté deux autres, la bibliothèque a créé un évènement mensuel de deux heures « After hour » pour les enfants (environ 10 à 12 évènements par année). Pour le jeu sur place, les consoles sont installées dans une salle à part pour éviter les problèmes de bruit (Courtney 2008).

La Flatehead County Library MT a constaté que les évènements DDR et Guitar Hero attiraient beaucoup les jeunes (Courtney 2008).

La Worth Public Library (Illinois) a commencé par des tournois de Halo 2 et Mario Kart en 2005 sur du matériel personnel amené par les bibliothécaires et des tournois durant lesquels les jeunes étaient invités à amener leurs jeux Game Cube. Le fait d'avoir joué sur l'équipement amené a réduit les coûts de ces animations initiales et le budget a pu être entièrement mis dans la nourriture et les prix à gagner pour le tournoi. Le succès des animations a été tel que la bibliothèque organise depuis deux tournois par mois (Levine 2006).

La Ann Arbor District Library dans le Michigan, à l'inverse, a décidé d'investir beaucoup dès le début pour créer des tournois très poussés se déroulant sur une durée de 5 mois. Un gros investissement au niveau matériel (plus de 6'000 dollars) et 2 ans de préparation. Les tournois accueillent beaucoup de personnes (70 à 120 usagers) et durent généralement plus longtemps que les tournois ordinaires (entre 3 et 5 heures). Les tournois ont rencontré un très grand succès et changé positivement l'image de la bibliothèque auprès des jeunes. Cela a également contribué à une meilleure connexion entre le public adolescent et le personnel de la bibliothèque. 11 tournois et 27 plus petits évènements ont été organisés en 2006.

La Bloomington Public Library a commencé par organiser des « labs » avec 16 ordinateurs en réseau sur le jeu de guerre « Battlefront 1942 » (avec les options visuelles de violence minimalisée), accompagnés par des jeux de plateau. Elle a ensuite débloqué des fonds (3'500 dollars par année) pour acheter de l'équipement et des jeux pour une première année d'animation. En s'adressant à des partenaires locaux, elle a pu faire

baisser les frais de son programme, notamment en se faisant prêter du matériel et fournir de l'argent pour les prix par la BNEA (une organisation qui promeut l'éducation) et des magasins locaux. Elle a participé également à une convention de jeux locale, la Flatcon ; tous ces efforts ont contribué à développer la renommée de l'institution dans le domaine (Levine 2006).

2.4 Animateurs externes

2.4.1 Suisse

La bibliothèque de la Cité travaille pour ses ateliers de création de jeux vidéo avec différents game designers, principalement Sandro dall'Aglio, l'auteur de *Tartine Mécanique,* et à travers lui d'autres créateurs de jeux, dont Tchagata Game et Sunny Side (annexe 2).

Tartine Mécanique, autrefois connu sous le nom de « Un coin de pixel » est un blog créé par Sandro dall'Aglio et alimenté par plusieurs game designers suisses. Cette association est intervenue plusieurs fois auprès de la bibliothèque de la Cité pour animer des ateliers sur la création de jeux vidéo (annexe 2).

La bibliothèque de la Ville de La Chaux-de-Fonds, pour son exposition « Press Start », a travaillé en partenariat avec NemcoShow, qui leur a fourni les pièces d'exposition et dont deux membres ont servi d'animateurs pour le vernissage. NemcoShow est une association française dédiée à la sauvegarde et au partage du patrimoine vidéoludique. Elle préserve déjà plus de 8000 pièces de collection (NemcoShow 2015) et collabore avec des médiathèques françaises depuis déjà 6 ans (annexe 7). La bibliothèque a fait aussi appel à des blogueurs suisses spécialisés dans la critique de jeux vidéo, Dimitri et Lucien (annexe 7). *Lucien et Dimitri jouent aux jeux vidéo* est un blog tenu par deux Suisses passionnés qui relatent leurs expériences avec les jeux vidéo, publiant des tests, des retours d'expériences et des anecdotes autour du média (Dimitri 2017).

La bibliothèque d'Yverdon-les-Bains a travaillé avec plusieurs animateurs externes pour ses ateliers « Des pages aux joysticks » et son exposition ; la Maison d'Ailleurs a contribué à la curation en créant notamment des textes et en apportant son expertise muséale. Le Semestre de motivation – structure de réinsertion de chômeurs – ont créé les meubles des bornes d'arcade. Les écrivains des livres ayant inspiré les jeux ont été invités à rencontrer les jeunes ayant participé aux ateliers. Des sorties pour aller rencontrer des professionnels de la création de jeux vidéo ont été organisées (Sunny Side Games au Flon à Lausanne). Pro Senectute a aidé pour l'organisation d'un après-midi intergénérationnel.

La médiathèque de Vevey a travaillé avec l'animateur Selim Krichane du GameLab de l'UNIL – car les bibliothécaires de Vevey n'ont pas encore les compétences pour animer sur le numérique et le jeu vidéo. La médiathèque a fait également venir le psychiatre Philippe Stefan pour parler du monde virtuel des ados, une conférence qui a aidé à beaucoup dédramatiser le monde des écrans (annexe 5).

2.4.2 France

La médiathèque d'Alfortville prévoit d'inviter des créateurs de jeux vidéo pour une future animation en février 2018 (annexe 8).

La bibliothèque de Belleville, pour une animation sur le pixel art, a fait venir l'association le Scaphandre. Le Scaphandre est une association proposant des ateliers numériques et culturels pour enfants, adolescents et adultes, en suivant le concept d'apprendre en s'amusant (Mondon 2016).

La bibliothèque de Chartres pour ses animations de lancement a fait appel à l'association M05.com. Il s'agit d'une association qui s'est spécialisée dans l'organisation d'expositions autour de l'informatique et des jeux vidéo, pour des médiathèques, salons ou musées de France (annexe 10) (Association M05.com 2017).

La bibliothèque de Chassieu a utilisé plusieurs animateurs externes : Ni de « Enter the Rift » pour une animation sur la réalité virtuelle, l'atelier Sentô pour une exposition et deux ateliers de création de jeux et la cyber-base de Bron pour une animation autour de MineCraft (annexe 11).

« Enter the Rift » est une association lyonnaise spécialisée sur l'actualité de la réalité virtuelle et la réalité augmentée (ETR 2017).

L'atelier Sentô est un duo français d'artistes inspirés par la culture japonaise. Travaillant principalement à l'aquarelle, ils ont créé un certain nombre de jeux vidéo et donnent des ateliers pour les étudiants en arts et les enfants et proposent des expositions de leurs travaux (Brun 2017).

La Cyber-Base de la MJC de Bron se définit comme un espace d'accompagnement à l'utilisation des outils numériques. Ils fournissent du matériel informatique ainsi que des cours, des ateliers et des stages sur différents aspects du monde numérique, dont la création de jeux vidéo, de vidéo de jeux, de parties en réseaux etc. (Espace numérique MJC de Bron 2017).

Rapport-Gratuit.com

La médiathèque de Vaclav Havel reçoit régulièrement des animateurs externes dans le domaine du jeu vidéo : le collectif Alinéaire pour créer des installations sur la thématique du jeu vidéo et des migrants (public régulier de la bibliothèque), et la championne de Street Fighter Kayane (annexe 14).

Le collectif Alinéaire est une association fondée en 2013 ayant pour but de promouvoir le côté artistique des jeux vidéo, par la création de jeux expérimentaux ainsi que d'expositions d'œuvres (créées par le collectif ou non). Elle est soutenue par la ville de Cergy (Alineaire 2017).

2.5 Impact

Ce qui est apparu clairement lors des interviews, c'est l'avis unanime des bibliothèques ayant mis en place un service de jeux vidéo parmi leurs prestations sur l'impact de ce service : l'investissement s'est révélé bénéfique dans tous les cas.

Dans son étude de 2006-2007, Scott Nicholson constate que le jeu vidéo améliore l'image des bibliothèques, les joueurs se sentent légitimés dans leur pratique par le fait que la bibliothèque supporte leurs activités. Certains finissent par utiliser d'autres services de la bibliothèque ou tissent des liens avec d'autres personnes via les activités proposées (Nicholson 2012 C).

Le jeu favoriserait une posture plus détendue et familière en bibliothèque (Drès 2010), ce qui est un avantage pour les bibliothèques modernes visant l'optique troisième lieu.

L'introduction des jeux vidéo montre que la bibliothèque cherche à se renouveler sans renier sa nature ; elle est là pour faire cohabiter les médias et les publics différents ensemble (annexe 6). Elle donne ainsi une image d'ouverture sur les pratiques culturelles de ses usagers (annexe 10).

La bibliothèque de la Cité prévient tout de même : l'effet est clairement bénéfique, mais le travail pour maintenir le service est conséquent. Et en pleine « crise » des bibliothèques qui se cherchent, avec des budgets qui peuvent être demandés dans plein de nouveaux domaines culturels, il est difficile de faire valoir le jeu vidéo comme une priorité. Si l'ensemble de l'institution n'est pas unanime sur le sujet, il faut donc souvent le défendre (annexe 2).

La médiathèque de Vevey avait l'impression de faire partie des agents culturels les moins visibles avant leur programme axé sur le numérique. Leur projet leur a permis de changer d'image et d'amener une grande visibilité auprès de la Ville de Vevey et de

pouvoir ainsi défendre un budget. Cela a permis également à l'équipe de la bibliothèque de réfléchir sur leur futur, de ne pas rater le tournant numérique (annexe 5).

La bibliothèque des jeunes de La Chaux-de-Fonds constate une ambiance très agréable lors des animations et un enthousiasme communicatif de la part des enfants (annexe 3).

Selon Alice Bernard de la médiathèque de St. Avertin, le jeu vidéo sur place apporte une nouvelle image de la bibliothèque. Il est vecteur de socialisation, de moments d'échanges entre les générations, d'entraide, et pousse à s'approprier les capacités de lecture (Gaudion 2014).

La bibliothèque de Chassieu observe un retour du public adolescent qu'elle perdrait sans le service de jeux vidéo. Ce service attire également la visite d'autres professionnels de bibliothèque (annexe 11). La bibliothèque de Dardilly attire également le regard d'autres médiathèques avec son service de jeux vidéo (annexe 12).

Rapport-gratuit.com
LE NUMÉRO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

3. Les publics

Dans la médiation culturelle, le public est central, car c'est sur ses besoins que se construit le processus de médiation. Il est donc important d'en comprendre la pluralité.

Le jeu vidéo est aujourd'hui pratiqué par près d'une personne sur deux (Bouysse 2016). Là où la ludothèque attire surtout les enfants, la bibliothèque atteint tous les âges. Malgré ceci, l'offre de jeu est encore souvent liée aux enfants et aux familles ; il est souvent perçu comme rassembleur et familial (Drès 2010).

Les bibliothèques font partie des agents culturels qui ont une grande mixité sociale, avec des publics de plusieurs générations. Ce potentiel est souvent sous-exploité. Le jeu vidéo peut être utilisé comme un liant social entre ces différents publics (annexe 5).

Selon l'étude de la Interactive Software Federation of Europe en 2012, il y aurait 41% de la population suisse entre 16 et 64 ans qui auraient joué à un jeu durant la dernière année (Interactive Software Federation of Europe 2012), ce qui représente 2,2 millions de Suisses (Swiss Interactive Entertainment Association 2013). Selon une enquête menée en 2014 par l'Office fédéral de la statistique, 55% des répondants jouent aux jeux vidéo (même si cette forme de jeux est encore moins répandue que les jeux de plateau). Les hommes seraient plus nombreux que les femmes à s'adonner à cette activité (Moeschler 2016).

Toujours selon l'OFS :

> *« En matière de jeux vidéo, les Romands surpassent de justesse les Alémaniques et les habitants de la Suisse italienne » (Moeschler 2016).*

Au niveau de l'intérêt cependant, les répondant se disaient à 73% peu intéressés contre 26% très intéressés par ce média (Interactive Software Federation of Europe 2012). Le principal motif du jeu invoqué est l'aspect divertissant du média. Pour la population globale, joueurs et non joueurs, le jeu serait un « bon moyen de s'évader ».

L'OFS relève également que les personnes de nationalités étrangères pratiqueraient le jeu vidéo plus fréquemment que les Suisses (Moeschler 2016). Cette information est intéressante pour une bibliothèque comme Prilly qui comprend un certain nombre de personnes d'origine étrangère parmi ses usagers.

Du côté français, une enquête du CNC démontre en 2015 que 7 français sur 10 jouent aux jeux vidéo ; c'est encore le divertissement qui est invoqué comme raison première. 53% des joueurs invoquent également la capacité à stimuler ses capacités et s'épanouir.

Seuls 37% y voient une motivation sociale (Centre National du Cinéma et de l'image animée, 2015).

Le loisir du jeu vidéo semblerait lié aux autres pratiques numériques, ainsi qu'à l'attrait pour certaines thématiques ou certains genres littéraires, comme la science-fiction ou le manga (Benrubi 2008)

3.1 Les segmentations possibles

3.1.1 Les publics par âges

C'est la segmentation traditionnelle des bibliothèques en ce qui concerne leur collection et le jeu vidéo n'y échappe pas.

Cette séparation des usagers est d'autant plus naturelle en jeu vidéo que les normes PEGI – la notification des jeux selon des classes d'âges suivant leur contenu – suivent également une segmentation de type similaire.

3.1.1.1 Le système PEGI

Il s'agit d'un système d'évaluation qui est visible sur les boîtes de jeux vidéo ou sur la page en ligne des jeux dématérialisés. Elle indique une tranche d'âge ainsi qu'un descripteur des contenus sensibles éventuels suivant l'âge auquel le jeu convient. Cette note est attribuée grâce à un questionnaire que le créateur du jeu doit remplir, puis à une évaluation du produit par un agent de l'association PEGI (Théodoloz 2016 A).

Les avantages du système PEGI

- Il n'y a pas de risque de donner un jeu visuellement choquant à quelqu'un de trop jeune. En effet, le système est plutôt sévère de ce côté-ci et tend à noter plutôt à la hausse l'âge requis.

Les désavantages du système

- L'attribution semble parfois aléatoire ou les critères obscurs. Des jeux d'une même série peuvent se retrouver avec des notes drastiquement différentes (exemple : Super Smash Bros Melee à partir de 3 ans, Super Smash Bros Brawl à partir de 12).
- Il manque de la finesse dans les descripteurs (la violence d'un Mortal Kombat n'est pas la même que la violence d'un jeu comme Super Smash Bros).

- Le système PEGI ne s'intéresse qu'à l'aspect choquant des visuels d'un jeu. Il ne prend pas en compte d'autres critères qui peuvent être problématiques suivant l'âge, comme le niveau de lecture, la complexité du gameplay etc.

- Enfin, c'est un système non-contraignant, il ne possède pas de base juridique. Comme le système est plutôt sévère, on a tendance à considérer l'âge comme un âge conseillé plutôt qu'un âge légal. Le système n'est pas aussi clair que pour les âges de films (Théodoloz 2016 A).

Ce système reste néanmoins une bonne base pour qualifier les jeux pour les bibliothèques qui débutent ou qui n'ont pas le temps de juger elles-mêmes l'âge de chaque jeu. Parmi les bibliothèques interviewées, un grand nombre suit les recommandations d'âge PEGI.

En parallèle à un système d'âge, il est intéressant de posséder un SIGB qui affiche l'âge des usagers lors du scan de la carte, ce qui permet de rapidement savoir si le jeu à emprunter est approprié pour la personne (annexe 1).

3.1.1.2 Enfants

Une majorité des enfants suisses de 6 à 15 ans achèteraient ou recevraient des jeux vidéo (Interactive Software Federation of Europe 2012).

En France, la tranche des 10 à 14 ans est celle qui comporte le plus de joueurs, à près de 90% (Centre National du Cinéma et de l'image animée 2014). 19,7% des joueurs ont moins de 15 ans. Les enfants de 6 à 14 ans multiplient également les supports de jeu (2,8 en moyenne contre 2,4 pour les adolescents et adultes). Les enfants auraient un temps consacré aux jeux vidéo plus court que les adultes (Centre National du Cinéma et de l'image animée 2015) ce qui pourrait indiquer de prévoir des animations qui ne durent pas trop avec des jeux à sessions courtes où l'on peut évoluer entre les postes pour les plus jeunes.

Toujours selon cette même étude, les enfants de 6 à 14 ans sont aussi ceux qui jouent le plus en journée (entre 6h et 20h) alors que la tranche 15 à 34 joue plus en soirée (de 20h à minuit) (Centre National du Cinéma et de l'image animée 2015). Ces données sont intéressantes concernant les heures de programmation des animations suivant l'âge.

Encore une donnée de l'étude du CNC, les enfants français seraient moins solitaires que les adultes dans la pratique du jeu vidéo (Centre National du Cinéma et de l'image

animée 2015). Nous pouvons déduire que les enfants sont un meilleur public pour les animations de groupes et les animations axées sur le social.

3.1.1.3 Adolescents

Le jeu vidéo fait partie des centres d'intérêt des adolescents d'aujourd'hui (Leusse-le-Guillou 2015), il est donc un levier indéniable si l'on veut parvenir à toucher ce public.

Les bibliothèques ont toutes une tendance à perdre parmi leurs publics les adolescents ainsi que les jeunes adultes sans enfants. Le jeu est souvent un vecteur utilisé par la bibliothèque pour parvenir à toucher et conserver ces deux publics (Nicholson 2012 C), en particulier les adolescents entre 12 et 19 ans (15 ans en moyenne) (Levine 2006). Nous avons vu auprès de plusieurs bibliothèques françaises interviewées que ceci se révèle vrai.

Les adolescents sont le public cible par excellence d'un service de jeux vidéo. Souvent, ils connaissent bien le domaine, on peut alors les faire s'investir dans la bibliothèque en leur demandant des conseils, voire en empruntant leur matériel ou en les mettre à contribution pour mener une animation ; la Fremont Public Library a par exemple essayé ce genre d'approche qui s'est couronnée de succès. Les gens semblent aimer s'investir et participer (Courtney 2008).

L'OFS relève que beaucoup de jeunes pratiquent un grand nombre d'activités culturelles et de loisirs, dont le jeu vidéo (Moeschler 2016).

Ils sont cependant durs à faire venir en bibliothèque. Il ne faut pas les infantiliser, et leur proposer des animations taillées pour eux ; tout ce qui tourne autour des métiers du jeu vidéo marche bien (annexe 2).

Du côté français, c'est également les jeunes de 6 ans à 34 ans qui sont majoritairement joueurs, en particulier la tranche 10 à 24 ans.

Les jeunes Français de 15 à 24 donnent une plus grande légitimité aux jeux vidéo que les autres tranches d'âge, en lui reconnaissant le développement de l'imagination, de la convivialité et de l'épanouissement (Centre National du Cinéma et de l'image animée 2015). On peut donc déduire que si la bibliothèque se met à reconnaître la légitimité de leur loisir culturel, elle pourrait améliorer son image auprès de ce public.

3.1.1.4 Adultes

La moyenne d'âge du joueur est aujourd'hui de 35 ans et elle continue de monter ; réduire ce média à une activité d'adolescent ou d'enfant n'est donc plus en phase avec la réalité. Le public est de plus en plus large (Gaudion 2014, Bouysse 2016). Le jeu vidéo

ne serait pas une pratique liée à l'âge bien qu'elle soit plus populaire chez les jeunes car le média lui-même est encore récent. Ce média aurait tendance à « contaminer » les générations d'âges suivantes avec le temps qui passe (Benrubi 2008).

Toujours selon l'étude des joueurs suisses de 2012, un adulte sur cinq pratiquerait le jeu vidéo au moins de façon hebdomadaire (Interactive Software Federation of Europe 2012).

Du côté français, 60% des joueurs auraient plus de 25 ans et 43% entre 25 et 49 ans (Centre National du Cinéma et de l'image animée 2014).

Selon l'étude française du CNC, les adultes (15-65 ans) jouent moins régulièrement que les enfants (6-14 ans) mais lors de sessions plus longues, principalement sur ordinateurs et consoles de salon, et plutôt en soirée (Centre National du Cinéma et de l'image animée 2015), ce qui est intéressant pour programmer des animations situées après la fermeture de la bibliothèque par exemple.

3.1.1.5 Seniors

Les seniors ont plusieurs motivations pour vouloir s'intéresser aux jeux vidéo, notamment vouloir jouer avec leurs petits-enfants (d'où l'intérêt des animations intergénérationnelles), comprendre ce média, développer leur cerveau (améliorer la coordination mains-yeux) et rencontrer de nouvelles personnes. Ils apprécient également de pouvoir pratiquer à nouveau de façon virtuelle de sports que leur physique ne leur permet plus de pratiquer, aussi ils apprécient beaucoup les programmes comme Wii Sport de Nintendo, par exemple (Buchanan 2012). Ils ont également une grande préoccupation de la violence (Gomes 2013) (Canu 2013) (Kleiman 2012). Mais les seniors apprécient autant la compétition que de socialiser (Kleiman 2012).

En faisant des ateliers avec les seniors, il faut comprendre qu'ils ont des logiques différentes et il ne faut surtout ne pas les infantiliser (Albertini 2014). Le fait que c'est un public débutant avec le média pousse les seniors à s'entraider pour comprendre le maniement des contrôles et donc favorise l'aspect social de ces animations (Kleiman 2012).

Pour débuter des activités avec les seniors, il est plus aisé de procéder en groupe, soit à l'aide d'un groupe de seniors déjà formé lors d'activités à la bibliothèque, soit en approchant des associations en dehors. Le senior se déplacera rarement seul à une activité.

Il est à noter que Wii Sport est un des jeux qui semble le plus familier pour les seniors, typiquement Wii Bowling – sans doute parce que ce sont des activités connues portées en jeu vidéo, qui se pratiquent avec des mouvements assez instinctifs.

Certaines bibliothèques proposent des animations hors-les-murs pour offrir des ateliers en maison de retraite par exemple, afin d'éviter à ces personnes de se déplacer (Kleiman 2012).

Selon l'étude suisse de joueurs, seuls 16% des non-joueurs disent ne pas jouer à cause de leur âge (Interactive Software Federation of Europe 2012).

Du côté français, la CNC relève tout de même que la population de 50 à 65 ans représente une frange non négligeable de joueurs (14,8%) (Centre National du Cinéma et de l'image animée 2015).

Selon l'expérience des bibliothèques d'Yverdon-les-Bains et de Vevey, il est difficile de motiver les seniors à venir participer à des activités centrées sur le jeu vidéo. Ceux qui viennent sont généralement très satisfaits, la difficulté résidant dans le fait de faire venir la majorité des gens visés (annexes 5, 6). Une solution serait peut-être d'insérer une animation jeux vidéo dans un ensemble d'animation plus large.

3.1.1.6 Intergénérationnel

Les jeux vidéo sont un bon outil pour réaliser des animations intergénérationnelles, notamment entre adolescents et seniors (Kleiman 2012). Selon Scott Nicholson, les animations de jeux sont le principal outil des bibliothèques américaines pour créer des activités intergénérationnelles (Nicholson 2012 C).

Chez les jeunes parents suisses, 32% seraient des joueurs, dont 28% joueraient avec leurs enfants – ce serait d'ailleurs la principale motivation des parents de jouer aux jeux vidéo, deux tiers des parents pratiquant le jeu vidéo le font avec leurs enfants. Les parents jouent généralement avec leurs enfants car ceux-ci le leur demandent. La majorité des parents voient le jeu vidéo comme une activité divertissante, mais seule une minorité en reconnaît le côté familial ou éducatif. Les parents suisses auraient une perception à la fois positive du jeu vidéo - qui développerait les compétences, rendrait plus créatif, favoriserait l'apprentissage (c'est d'ailleurs la raison de jouer avec leur enfant d'un parent sur cinq) - et à la fois négative - le jeu rendrait les enfants plus solitaires et agressifs. (Interactive Software Federation of Europe 2012). Selon la SIEA, les parents suisses sont plus critiques que leurs voisins européens sur les effets des

jeux vidéo sur les enfants – notamment sur le sentiment d'agressivité qu'ils provoqueraient (Swiss Interactive Entertainment Association 2013).

Il est à noter qu'un parent sur cinq achète des jeux pour leurs enfants de 6 à 9 ans, mais le chiffre monte à 55% des parents dans la tranche 10 à 15 ans (Interactive Software Federation of Europe 2012).

Selon l'étude du CNC, le jeu est souvent une pratique solitaire mais lorsqu'il est joué à plusieurs, c'est souvent avec des membres de la famille (Centre National du Cinéma et de l'image animée 2015). En partant de ce principe, on peut imaginer des animations intergénérationnelles où les enfants amènent un ou plusieurs parents pour jouer ensemble. Chez les jeunes adultes de 15 à 24 ans cependant les pratiques familiales baissent au profit du jeu entre amis ou avec d'autres joueurs ; pour attirer les adolescents et les jeunes adultes (qui ne sont pas des parents), il faut penser à d'autres aspects sociaux que la famille.

3.1.2 Les publics par genres

Sur les 41% de Suisse jouant aux jeux vidéo en 2012, nous aurions une proportion de 56% d'homme contre 44% de femme (Interactive Software Federation of Europe 2012) (Bouysse 2016). La parité des joueurs est presque là. En 2014, selon l'OFS :

> *« Les hommes (60%) jouent un peu plus souvent que les femmes (50%) à des jeux vidéo, comme d'ailleurs les jeunes et les personnes de nationalité étrangère. » (Moeschler 2016)*

Toutes catégories de jeux confondues, la consommation est la plus importante chez les hommes de 16 à 34 ans. La tranche la plus active chez le sexe masculin est celle de 25 à 35 ans (19%) alors que chez les femmes, elle va de 35 à 44 ans (13%), donc c'est un loisir un peu plus tardif chez les femmes. Les femmes deviennent des joueuses plus actives que les hommes dans la tranche 35 à 64 ans, où elles sont 41% contre 33% d'hommes. Inversement, dans la tranche 16 à 34 ans, les hommes sont à 58% et les femmes à 33% (Interactive Software Federation of Europe 2012).

Du côté français, la CNC relève que les joueurs sont majoritairement masculins (69,1% d'hommes pratiquant le jeu vidéo contre 56,1% de femmes).

Les types de jeux seraient également très genrés : les jeux de sport et de combat auraient un public majoritairement masculin, alors que les jeux familiaux / pour enfants, les jeux sociaux ou de cartes sont plus féminins. (Centre National du Cinéma et de l'image animée 2015). Si on considère le milieu du tableau, les jeux de plateformes, d'aventure/RPG ou de simulation sont les plus mixtes au niveau du public.

La Ann Arbor District Library du Michigan a constaté que sur ses deux types de tournois, les tournois Mario Kart attiraient majoritairement les garçons, alors que les tournois DDR (jeu de danse) attiraient un public mixte (Levine 2006).

3.1.3 Les publics par types de jeux

Selon l'étude sur la Suisse de 2012, les jeux en ligne étaient alors la plus populaire forme de jeu, suivis des jeux sur mobiles, puis des jeux sur support physique (Interactive Software Federation of Europe 2012). Les jeunes hommes sont particulièrement actifs sur les supports physiques.

En France, selon l'étude du CNC de 2014, les types de jeux les plus appréciés sont les jeux de stratégie (33,9%), les jeux de rôle / d'aventure (33,2%) et les jeux d'action (27,7%). Le joueur jouerait à 3,5 types de jeux différents en moyenne (Centre National du Cinéma et de l'image animée 2014).

Si l'on croise avec l'âge, les genres de jeux joués les plus appréciés des enfants seraient les jeux qui leur sont destinés, les jeux de rôle / d'aventure et les jeux de plateformes. Les adultes, eux, préféreraient la stratégie et les jeux de rôle / d'aventure (Centre National du Cinéma et de l'image animée 2014).

En ce qui concerne les jeux pratiqués en ligne, ce serait plutôt les jeux de stratégie et les jeux de cartes (comme le poker) qui seraient en tête. Alors que les jeux hors ligne sont plutôt les jeux d'aventures / RPG et les jeux pour enfants / famille. Les jeux en ligne seraient également une pratique plus quotidienne et plus solitaire contrairement aux jeux hors ligne où il y aura plus de moments dédiés et conviviaux. (Centre National du Cinéma et de l'image animée 2013).

Ces données sont intéressantes pour savoir quel genre peut être plus emprunté qu'un autre dans une collection de bibliothèque, et quels genres pourraient plus convenir à une pratique sociale en animation.

Le genre de jeu fait d'ailleurs partie d'une des principales sources de sélection de jeu (Centre National du Cinéma et de l'image animée 2015). Il est donc important que les genres attendus par les usagers soient représentés dans la collection ou les animations. Plus de la moitié des joueurs jouerait à la fois en ligne et hors ligne, dont 60% d'enfants (Centre National du Cinéma et de l'image animée 2015). Il n'est donc pas inintéressant de considérer des jeux en ligne pour certaines animations ou pour le jeu en consultation pour les usagers.

Rapport-Gratuit.com

3.1.4 Les publics par investissement

Les joueurs occasionnels ou « casuals » comme on les nomme en anglais forment une nouvelle catégorie de joueurs, apparue dans les années 2000. La sortie de la Nintendo DS, facile d'approche grâce à son écran tactile révélait une nouvelle tactique commerciale de Nintendo. La firme visait un nouveau public potentiel de personnes qui ne jouaient pas habituellement aux jeux vidéo – notamment un public féminin et un public senior. L'idée était de créer une expérience de jeu courte, quotidienne, comme par exemple dans les transports publics (Bouysse 2016). Ces consoles portables de Nintendo peuvent être une bonne approche pour démocratiser le jeu auprès d'un public encore peu connaisseur.

Les jeux vidéo se sont grandement démocratisés. La variété des modèles économiques, des genres de game design et des plateformes de jeux ont converti beaucoup plus de gens à la pratique du jeu vidéo qu'il y a vingt ans. Le jeu vidéo a envahi la culture populaire ; on peut aujourd'hui assister à des concerts de bande originale de jeux vidéo et une personne sur deux est un joueur, ce qui est deux fois plus qu'au début des années 2000. Cette démocratisation du jeu est due à plusieurs facteurs, mais notamment à l'arrivée des smartphones et tablettes, aux jeux en flash gratuits sur navigateur, ainsi qu'à l'émergence des modèles « free-to-play » des jeux de rôle en ligne. L'évolution de certains mods en jeux free-to-play comme le fameux Defense of the Ancient est également un facteur ; la gratuité va attirer des joueurs qui n'étaient pas prêts à payer pour seulement vingt heures de contenu de jeux.

Le jeu passe donc d'un loisir de luxe (où il fallait acheter un PC haut de gamme, une console etc.) à une pratique presque gratuite et facile d'accès. Ces nouveaux joueurs perçoivent le jeu plutôt comme un passe-temps et ne veulent pas non plus y investir trop de temps. Sur mobile, les jeux sont l'évolution des petits jeux sur réseaux sociaux et du free-to-play. Ils ont l'avantage de l'instantanéité et du caractère nomade de leur plateforme. Néanmoins, la pratique régulière de ces jeux lors des déplacements ou des moments à tuer fait de ces pratiquants de vrais joueurs de jeux vidéo. Ce qui différencie cette catégorie de nouveaux joueurs de l'ancienne est l'envie d'un divertissement détaché de la passion du jeu. Le nouveau joueur reste peu informé sur l'industrie vidéoludique, mais est cependant friand de nouveauté technologique.

Néanmoins ces catégories de joueurs ne sont pas imperméables. Un joueur occasionnel peut soudainement se mettre à devenir passionné de jeux vidéo (Panthaa 2017). La bibliothèque peut jouer un rôle pour montrer à ces joueurs occasionnels la profondeur

ou l'histoire du média qu'ils utilisent. Une collection de prêt pour console portable familiale comme la DS peut faire sens pour séduire ce genre de public.

Sur les 41% de joueurs en Suisse, 21% pratiqueraient le jeu au moins une fois par semaine, 12% une fois par mois et 8% moins fréquemment (Interactive Software Federation of Europe 2012). La moitié des joueurs suisses sont donc des joueurs réguliers.

> *« Les activités de loisirs en privé ou chez soi ne sont pas pratiquées très assidûment, à l'exception des jeux vidéo ainsi que de l'exercice sportif, que trois quarts des personnes concernées font de manière intensive (soit au moins une fois par semaine). » (Moeschler 2016)*

Selon l'OFS en 2016, même si les jeux vidéo sont moins pratiqués que les jeux traditionnels, ils le sont de façon plus intensive.

En France, la moitié des joueurs jouent tous les jours. Le temps moyen d'une session se situe entre 30 minutes et 2 heures (Centre National du Cinéma et de l'image animée 2015).

L'étude du CNC divise les joueurs en trois catégories : passionnés, modérés et occasionnels. Les joueurs passionnés jouent généralement de façon journalière. S'ils ne jouent que de façon hebdomadaire, il s'agit de session longue de plus de deux heures. Les joueurs occasionnels ne jouent jamais de façon journalière, et jamais de sessions plus longues que deux heures. Les joueurs modérés se situent entre les deux.

43,8% des joueurs seraient des joueurs passionnés, contre seulement 23,8% de joueurs occasionnels. Ce sont les joueurs de 14 à 24 ans qui représentent la plus grande partie de ces joueurs intensifs ; ils varient le plus leur pratique et sont ceux qui investissent le plus d'argent dans le jeu. Bien qu'il pratique plus longtemps et plus souvent, le joueur passionné joue moins en famille que les autres sortes de joueurs. Le joueur occasionnel est plus féminin, et se situe davantage dans les tranches des jeunes enfants (6-10 ans) ou des seniors (50-64 ans) (Centre National du Cinéma et de l'image animée 2015). Le joueur modéré serait majoritairement adolescent (Centre National du Cinéma et de l'image animée 2013).

Le joueur passionné est plus masculin et plus âgé en moyenne que les autres types (33,5 ans de moyenne (Centre Nationale du Cinéma et de l'image animée 2013)). Diversifiant les supports de jeu, il joue sur des sessions qui sont jusqu'à 5 fois plus longues qu'un joueur dit occasionnel. Les joueurs passionnés comme modérés sont les plus mobiles, dans le sens qu'ils diversifient leurs lieux de jeu (Centre National du Cinéma et de l'image animée 2014) – donc peuvent peut-être y inclure la bibliothèque.

Rapport-gratuit.com LE NUMÉRO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

Les genres favoris des joueurs passionnés et modérés sont les jeux de stratégie et d'aventure.

3.1.5 Les publics par plateformes

Selon l'étude sur la pratique suisse de 2012, les smartphones et le PC (fixe ou portable) sont les plateformes les plus utilisées pour le jeu. Un tiers des joueurs auraient utilisé un ordinateur des 12 derniers mois précédant l'étude.

La Wii et la PS3 étaient à, cette époque, très populaires parmi les parents jouant avec leurs enfants (Interactive Software Federation of Europe 2012).

89% des joueurs joueraient en ligne (68% y joueraient seuls contre 16% avec d'autres joueurs). Ceux qui jouent avec d'autres joueurs le font principalement avec des amis de la vraie vie (56%, contre 26% qui joueraient avec des personnes rencontrées en ligne) (Interactive Software Federation of Europe 2012). Cette information est intéressante pour les animations axées sur l'aspect social : il peut être intéressant de démarcher les jeunes en groupe et de les encourager à amener leurs amis avec eux aux animations.

En France, on retrouve l'ordinateur fixe ou portable en tête (66.8%), mais suivi ici par la console de salon (53,9%). Le smartphone est en troisième position et a grandement augmenté durant ces trois dernières années (42,6%). La console portable est quant à elle en pente descendante (passé à moins de 30% contrairement aux années passées) (Centre National du Cinéma et de l'image animée 2015) sans doute à cause de la concurrence des appareils de téléphonie mobile. (Centre National du Cinéma et de l'image animée 2014). Cependant, les joueurs qui ne jouent jamais en ligne préfèrent la console de salon, suivi de l'ordinateur (Centre National du Cinéma et de l'image animée 2014).

Le smartphone et la tablette semblent servir un public plutôt féminin (Centre National du Cinéma et de l'image animée 2014). Le smartphone est plus utilisé par les adultes et en mobilité alors que la tablette est plus utilisée par les enfants et à domicile (Centre National du Cinéma et de l'image animée 2015).

Les genres de jeux les plus appréciés sur tablette et smartphone sont les jeux de stratégie et les jeux de réseaux sociaux (Centre National du Cinéma et de l'image animée 2014). La tablette semble être un support utilisé de façon quotidienne mais pour des parties courtes, alors que la console de salon est utilisée de façon plus espacée mais pour des jeux plus longs (Centre de l'image animée 2014), ce qui reflète sans doute la nature des types de jeux joués sur chacun.

3.1.6 Les non-joueurs

Du côté suisse, 59% des personnes interrogées se disent non-joueurs. Les trois quarts se disent simplement pas intéressés par cette forme de média. Seulement un quart d'entre eux avance la raison de ne pas avoir le temps de le faire (Interactive Software Federation of Europe 2012).

3.2 La segmentation dans les bibliothèques romandes

En large majorité, la segmentation se fait par tranche d'âge.

La bibliothèque de la Cité a principalement un public de « grands enfants » et préados et de jeunes adultes. Les adolescents sont plutôt absents en dehors d'ateliers spécifiques sur les métiers du jeu vidéo ou la création de jeux. Du côté adulte, des ateliers et conférences qui leur sont destinés ont été mis en place et il semble y avoir une réponse positive. Des ateliers pour seniors sont en développement, dans l'idée d'imiter les ateliers « Game Olders » de la Gaîté lyrique de Paris (essayer de rendre le jeu vidéo accessible, de faire de l'intergénérationnel etc.).

La bibliothèque de la Ville de La Chaux-de-Fonds couvre tous les publics à partir de 14 ans (certaines de leurs animations incluent même les 12 ans accompagnés). Leur collection a beaucoup de succès auprès des jeunes et adolescents du collège avoisinant. La bibliothèque cherche encore à attirer les personnes d'environ quarante ans qui ont arrêté de venir en bibliothèque, qui jouent aux jeux vidéo, et qui ont une image un peu vieillotte de l'institution (annexe 7).

Dans un même ordre d'idée, la bibliothèque de Carouge essaie de toucher tous les publics et sa collection couvre toutes les tranches d'âge – ils suivent un système de segmentation par âge similaire à leur collection de DVD. A partir de 16 ans révolus, les lecteurs peuvent cependant emprunter tous les jeux, même les 18+ (annexe 1).

Du côté des bibliothèques spécialisées jeunesse, la bibliothèque des jeunes de Nyon, sert un public de 6-10 ans (annexe 4), et la bibliothèque des jeunes de La Chaux-de-Fonds comprend un public qui va de 0 à 14 ans – elle achète des jeux de PEGI allant de 3 à 12 ans (annexe 3).

Mais il est à noter que la médiathèque de Vevey considère également la segmentation par investissement : elle différencie le public néophyte en jeux vidéo et le public connaisseur, et désire proposer des services différents suivant l'un ou l'autre. Elle considère également un public professionnel en proposant ses services comme vitrine ou plateforme de vernissage pour les créateurs de jeux suisses (annexe 5).

La médiathèque de Vevey vise toutes les tranches d'âge pour ses animations. En revanche, son budget est plus axé jeunesse (annexe 5).

L'animation « des pages au joystick » de la bibliothèque d'Yverdon-les-Bains visait tous les âges, depuis 4 ans, mais le nombre de modules disponibles variait suivant l'âge des participants. Le public senior était inclus grâce à une activité intergénérationnelle, mais ils n'ont pas réussi à toucher ce public aussi bien que prévu (annexe 6).

3.3 La segmentation dans les bibliothèques françaises

D'une façon similaire, c'est la segmentation par tranche d'âge qui prime dans les institutions françaises également.

La médiathèque d'Alfortville a divisé ses publics par âges (jeunes et préados, adolescents), elle compte l'intergénérationnel avec les familles lors des tournois. Enfin elle prend en compte les publics à handicap (annexe 8).

A la bibliothèque de Belleville, on vise tous les âges. Mais ils ont naturellement beaucoup d'enfants de 8 à 18 ans (la majorité d'entre eux sont des enfants du primaire et des adolescents du lycée. Il y a un « gap » entre ces deux publics cependant) (annexe 9).

La bibliothèque de Chartres vise principalement deux publics : le public jeunesse et le public adulte (PEGI 16 et +) ; il a été constaté que les jeux adultes sortent peu, sans doute dû au fait que les adultes ont tendance à acheter eux-mêmes leur jeu et passent moins par la bibliothèque pour leur consommation culturelle de ce média (annexe 10).

Le service en libre accès sur place de la bibliothèque de Chassieu touche surtout un public enfant, préadolescent et adolescent (avec une moyenne d'âge de 13 ans et demi). Ses « GameLabs » touchent plutôt un public adolescent et adulte. Quant au service de prêt, il est vraiment intergénérationnel puisqu'il touche autant le public jeunesse qu'adulte (annexe 11).

La bibliothèque de Dardilly se dit tout public mais vise particulièrement les préadolescents (10-14 ans).

Les médiathèques de Montpellier ont compté 1'363 usagers utilisateurs du service de jeux vidéo en 2016, dont 77% de garçon et 23% de filles. L'âge moyen de leurs joueurs est de 20 ans (37% moins de 14 ans, 35% de 14 à 18 ans, 13% de 19 à 30 ans et 15% de plus de 30 ans). La médiathèque sert également un public défavorisé, puisque les plus de 30 ans comprennent à 50% des personnes aux minima sociaux (annexe 13).

La bibliothèque de Vaclav Havel sert tous les publics, bien que la plupart soient des enfants ou des adolescents. Cependant les animations aident à toucher également les parents et les retraités (annexe 14).

3.4 Les jeux vidéo attirent-ils un nouveau public ?

Une majorité de bibliothèques parmi celles que nous avons interviewées semblent reconnaître en effet l'arrivée d'un public spécifique liée à un service de jeux vidéo.

Selon la bibliothèque de la Cité, ce nouveau public est surtout attiré par les animations qui ont plus de profondeur, celles qui touchent à l'aspect culturel du jeu vidéo (scène indépendante, artiste etc.) (annexe 2).

La bibliothèque de La Chaux-de-Fonds a vu arriver les parents qui s'inscrivent pour emprunter les jeux 16-18 ans pour leurs enfants, les jeunes parents qui empruntent pour eux, ou les grands-parents pour leurs petits-enfants. La proportion de cette nouvelle population est cependant dure à estimer (annexe 7).

La médiathèque de Vevey a constaté lors des inscriptions pour les animations que les non-usagers étaient majoritaires. Ce nouveau public ne serait pas forcément de la région. La médiathèque ne voit cependant pas cela comme un but, l'objectif de la médiation n'est pas d'apporter des usagers mais de promouvoir cette forme d'art (annexe 5).

La bibliothèque des jeunes de La Chaux-de-Fonds a remarqué non seulement de nouveaux visages, mais également des enfants venant d'au-delà du quartier de la bibliothèque. Mais ces nouveaux usagers n'utilisent pas forcément les autres services de la bibliothèque pour autant (annexe 3).

Du côté français, la médiathèque d'Alfortville a fait un constat similaire et a remarqué que les animations pouvaient même parfois attirer des joueurs venus d'autres villes (annexe 8). Les bibliothèques de Chassieu et de Dardilly ont constaté que les adolescents (collégiens et lycéens) qui arrêtaient de fréquenter la bibliothèque passé un certain âge revenaient grâce au service de jeux vidéo. Le service attire parfois des usagers d'autres communes ne proposant pas de jeux vidéo (annexes 11, 12). C'est un média qui attire beaucoup les lycéens et les jeunes adultes selon les médiathèques de Montpellier (annexe 13).

Certaines bibliothèques ont intégré le jeu vidéo dès la conception du site ; c'est le cas de la bibliothèque Vaclav Havel de Paris (mise en place depuis 2013). Néanmoins, cette dernière constate que son établissement accueille un public adolescent beaucoup plus

fidélisé que d'autres institutions de Paris qui ne proposent pas de jeux (annexe 14). La bibliothèque de Belleville a aussi intégré le jeu vidéo dès sa conception ; le responsable du service est également persuadé que son public adolescent ne serait pas venu sans les jeux vidéo (annexe 9). On voit ici que le jeu vidéo est un élément de fidélisation important pour le public adolescent.

À l'inverse, du côté de la bibliothèque de Nyon, il n'y a pas eu d'arrivée de nouveaux usagers spécifiquement liée à la mise en place du service. Il s'agit plutôt d'une valeur ajoutée à la bibliothèque auprès des usagers déjà présents ; bon nombre des lecteurs possédaient déjà une console 3DS, et un certain nombre a même acheté la console sans jeu exprès pour pouvoir emprunter à la bibliothèque (annexe 4).

Si une bibliothèque ne pratique le jeu vidéo que sous forme d'animations, ce nouveau public pose un problème sur la question de la fidélisation : en effet, comme ces personnes ne fréquentent pas la bibliothèque, même si l'animation se passe bien, ils n'auront pas de moyen de connaître les dates de la prochaine animation, à moins que celles-ci soient communiquées en fin d'évènement. S'il ne s'agit pas d'un programme prévu sur le moyen ou long terme avec une série d'animations dans le temps, cela peut devenir compliqué (Nicholson).

3.4.1 Ces nouveaux usagers utilisent-ils les autres services ?

Selon une étude de Thierry Robert des bibliothèques de Montréal, 75% des usagers participant aux animations de jeux vidéo reviennent utiliser un autre service de la bibliothèque. 72% des participants aux animations de jeux vidéo utilisent un autre service de la bibliothèque durant la période de l'animation (Gaudion 2014). L'enquête de Scott Nicholson sur les bibliothèques américaines semble montrer également qu'une partie des usagers venant initialement pour le jeu vidéo finit par utiliser un autre service (Nicholson 2012 C).

3.5 Analyse du public de Prilly

Pour ce travail de mémoire, nous avons décidé de réaliser un questionnaire destiné au public de la bibliothèque de Prilly afin de connaître ses pratiques en matière de jeu vidéo ainsi que ses attentes.

Parmi les 55 répondants, 17 ont utilisé le questionnaire en ligne contre 38 réponses via le questionnaire papier. Les répondants étaient majoritairement de la tranche d'âge 10 à 14 ans (20), suivis de la tranche d'âge 15 à 24 ans (14), puis les 25 à 34 ans (11). La tranche d'âge la moins représentée consistait des 50 ans et plus (2).

Tableau 1 : Tranches d'âges du public de Prilly

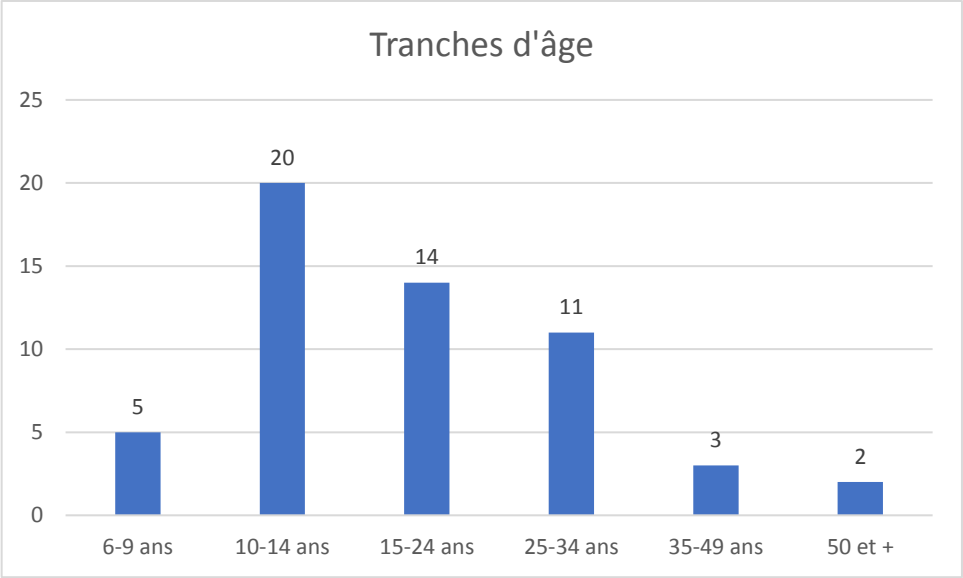
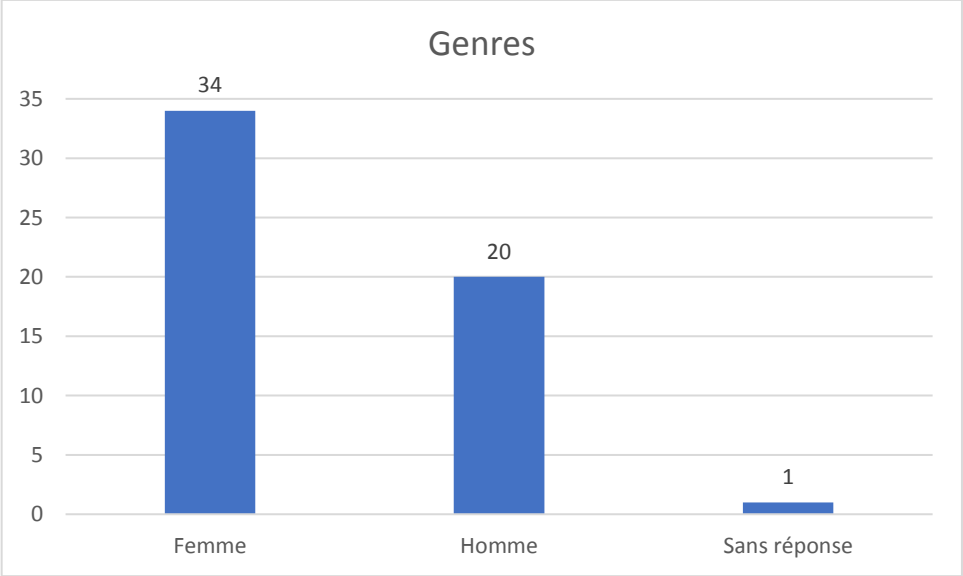


Tableau 2 : Genres du public de Prilly



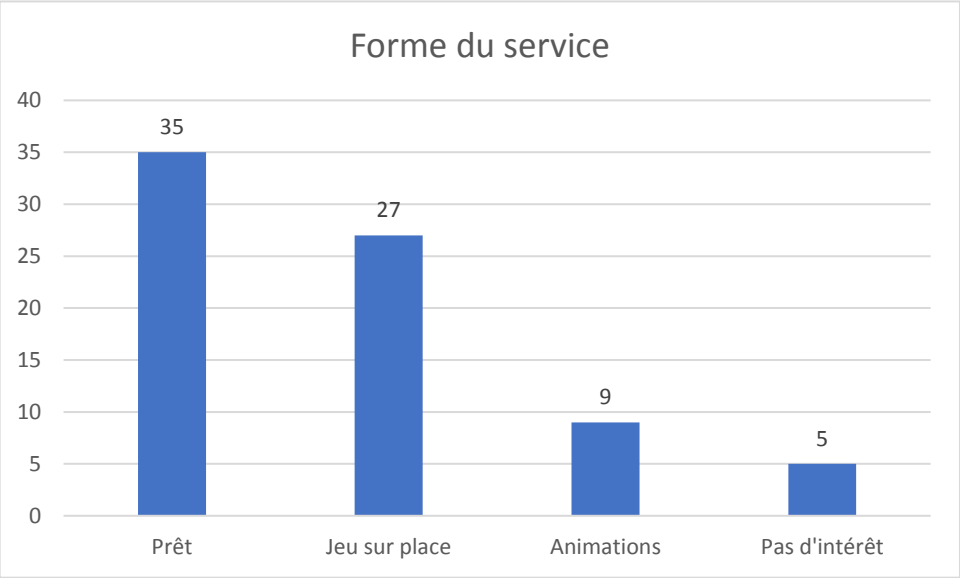
Ces réponses confirment les statistiques suisses sur un public majoritairement jeune. Il serait donc conseillé à la bibliothèque de Prilly de surtout se concentrer sur un public jeunesse dans un premier temps.

En revanche, la majorité des répondants étaient des femmes (34 contre 20 hommes et 1 sans réponse). Cette majorité féminine est surprenante, surtout comparé à la tranche d'âge majoritaire de 10 à 14 ans (les femmes joueuses étant plus nombreuses dans la tranche de la trentaine-quarantaine). Néanmoins, elle peut s'expliquer par le fait que le public des bibliothèques est majoritairement plus féminin. Il est donc conseillé à la

bibliothèque de ne pas se focaliser sur un public essentiellement masculin malgré les statistiques montrant que les jeunes joueurs seraient surtout des garçons.

La première question consistait à cerner **l'attente de ces usagers entre les trois formes principales de service** : le prêt, l'accès en libre-service et les animations.

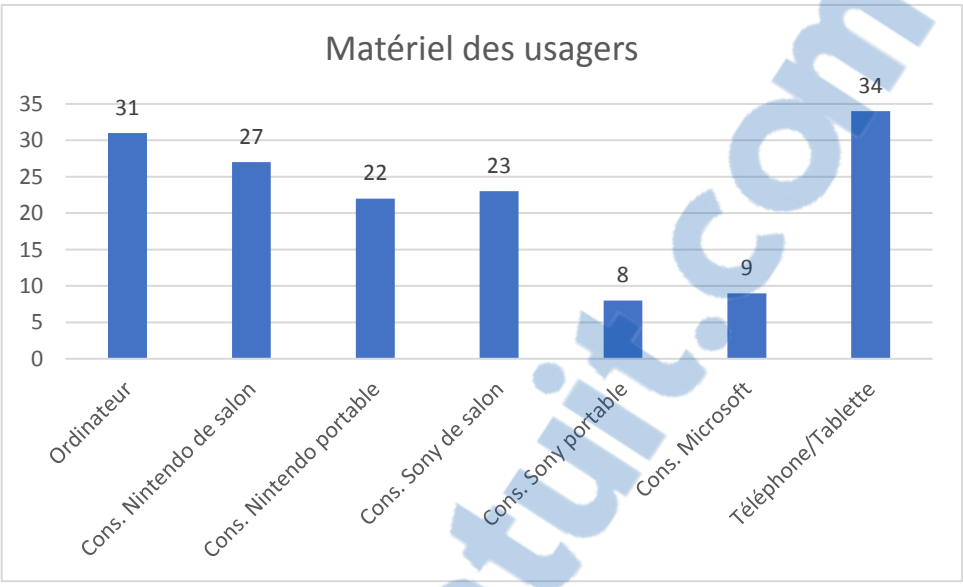
Tableau 3 : Forme du service attendue par le Public de Prilly



Une collection de prêt semble être clairement l'attente principale (35 votes), suivi du jeu sur place (27). Les animations n'ont remporté que 9 votes. Seules 5 personnes se sont déclarées pas intéressées par un service de jeux vidéo. Il est intéressant de noter que sur ces cinq répondants, deux correspondaient à la classe 25 à 34, deux autres à la classe 50 et + et un troisième à la classe 35 à 49 ans ; ceci montre que les personnes pas intéressées ne faisaient pas partie du groupe principal de répondant (les jeunes de 10 à 34 ans). Il est notable également qu'aucune de ces personnes n'ait répondu avoir d'a priori concernant le jeu vidéo, et ont tout de même proposé des réponses à la question « qu'est-ce que la bibliothèque peut-elle amener sur le jeu vidéo », ce qui démontre une ouverture d'esprit sur le sujet.

La seconde question consistait à connaître le **matériel de jeux vidéo en possession des usagers.**

Tableau 4 : Matériel du public de Prilly

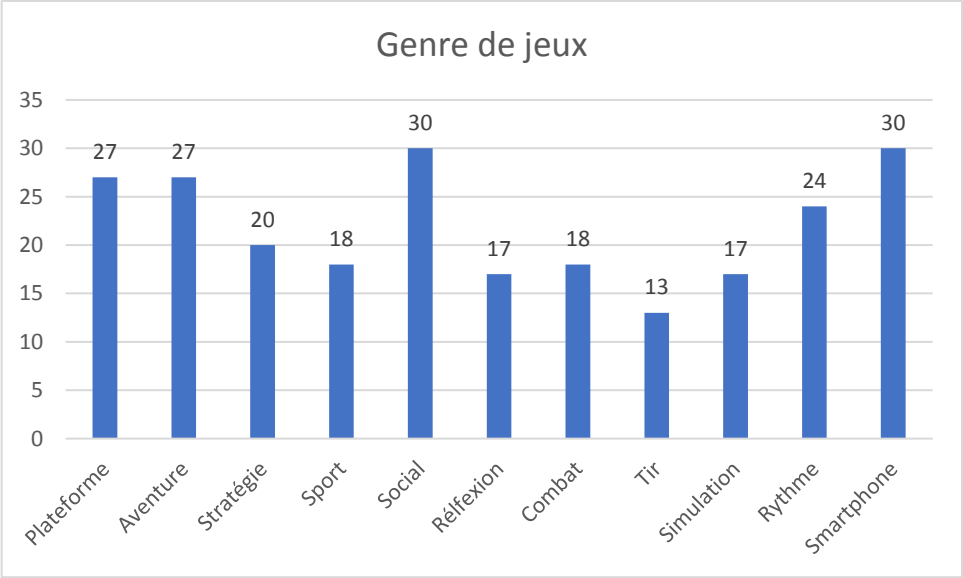


La majorité des appareils sont des smartphones ou tablettes (34) et des ordinateurs (fixes ou portables) (27) ce qui confirme les enquêtes de l'ISFE. Cela confirme également qu'un public plus féminin a tendance à jouer plus sur les dispositifs smartphone et tablette. Les consoles Nintendo (27) et Sony (23) de salon suivent en compagnie des consoles portables Nintendo (DS et 3DS) (22). Seules sont vraiment boudées les consoles portables de Sony (PS Vita, PSP) (8) et les consoles de salon Microsoft (9). Il est donc recommandé à Prilly, pour le choix de sa collection de prêt, de partir plus volontiers sur Nintendo ou Sony que Microsoft. La dominance des téléphones portables et tablettes pourrait aussi suggérer de partir sur les consoles portables de Nintendo, qui ont quelques similarités avec les téléphones et tablettes, notamment par leur aspect portatif et tactile, avec une gamme de jeux assez accessibles. Enfin, l'importante présence d'ordinateurs pourrait aussi suggérer de faire de la médiation du côté jeu PC, par une collection dématérialisée disponible sur place sur des postes PC ou via des animations.

La troisième question était destinée à connaître **les types de jeux favoris** à partir onze grands archétypes.

Rapport-Gratuit.com

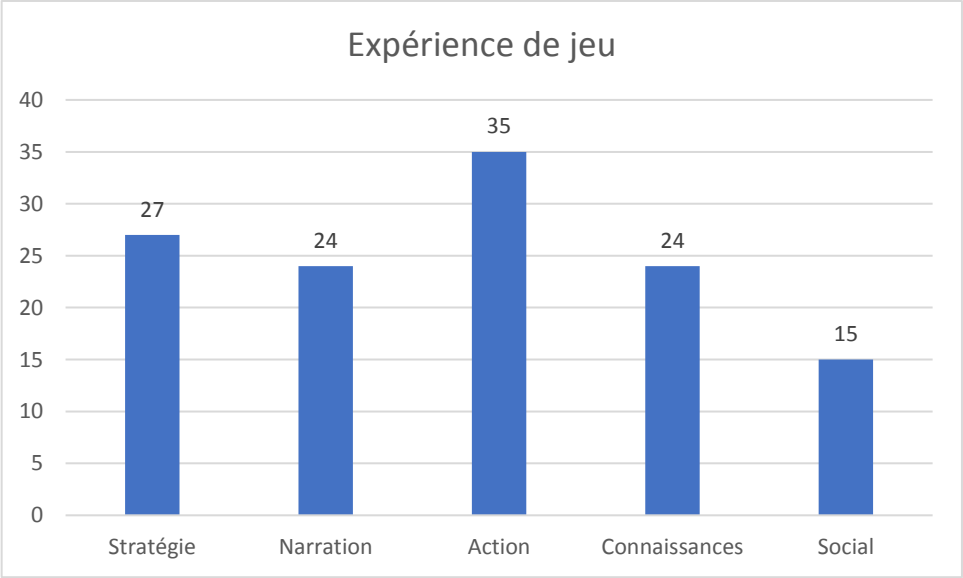
Tableau 5 : Types de jeux préférés par le public de Prilly



Les jeux « passe-temps » sur smartphone et les jeux « party games » (Mario Kart, Mario Party, Smash Bros etc.) sont en tête (30), suivis de près par les jeux de plateforme et jeux d'aventure / RPG (27). La préférence pour ces trois derniers types de jeux semble aller dans le sens de consoles types Nintendo ou Playstation. Le type de jeu le plus boudé est le jeu de tir (13), suivi de réflexion et de simulation (17). Il est à noter qu'aucune catégorie n'est véritablement délaissée, tous les types de jeux avaient plus de dix points, ce qui voudra dire qu'il faut avoir une collection tout de même panachée. Si la bibliothèque ne peut pas proposer de jeux prêtables sur smartphone, elle peut penser à ce genre de jeux « passe-temps » pour un autre support, comme 3DS par exemple.

La quatrième question visait à connaître **l'expérience de jeu que préfèrent les usagers**, en partant des archétypes de Scott Nicholson (stratégie, narration, action, connaissances, social).

Tableau 6 : Expérience de jeu préférée par le public de Prilly

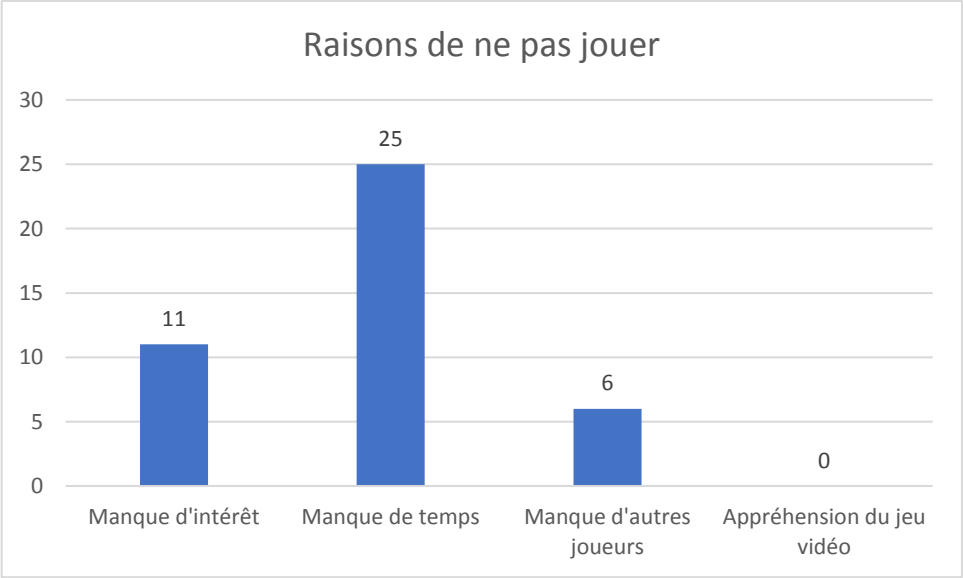


Les usagers préfèrent largement le côté action / réflexes / rapidité de décision (35), suivi de la stratégie – bonne prise de décision, compréhension des mécaniques de jeu (27). Le côté rapidité en tête semble logique puisqu'on le retrouve non seulement dans les jeux typés action, mais aussi dans beaucoup de « party games » (Mario Kart, Smash Bros), dans les jeux de rythme et de danse, et même dans des jeux de stratégie en temps réel. Il est plus surprenant que l'aspect social – rencontrer de nouvelles personnes, d'autres joueurs – soit la dernière préoccupation, vu le succès des jeux type « party games » lors de la précédente question (15). Il est donc recommandé à la bibliothèque de Prilly de favoriser les ateliers récréatifs, types après-midi jeux libres, avec des jeux plutôt rythmés avec des sessions courtes.

La question cinq couvrait **les raisons de ne pas jouer**. Il est à noter que tous les répondants ont rempli cette question, pas seulement ceux qui ne se disaient pas intéressés par les jeux vidéo en bibliothèque.

Rapport-gratuit.com
LE NUMÉRO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

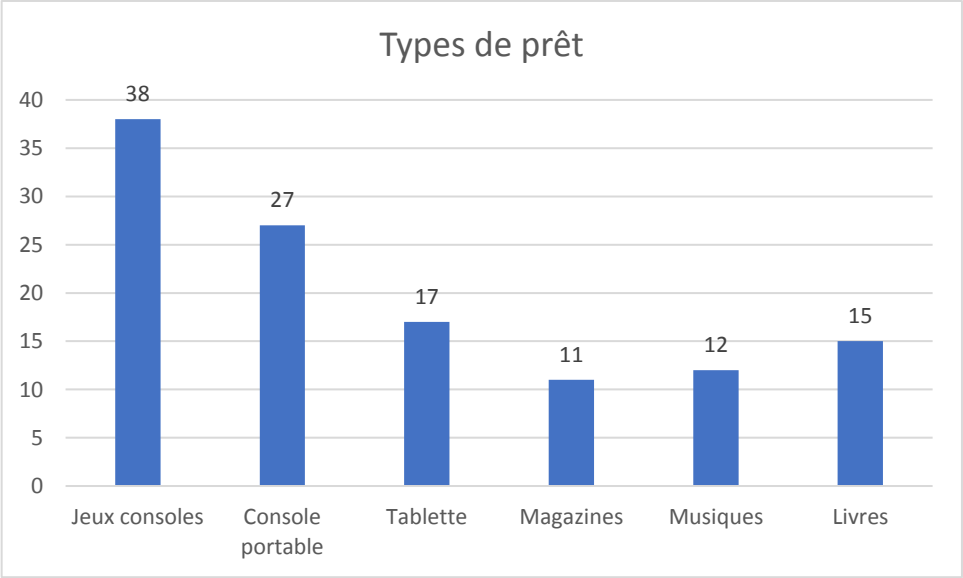
Tableau 7 : Raisons évoquées pour ne pas jouer



La majorité a répondu « par manque de temps » (25), suivi du manque d'intérêt / de connaissance / de compétence pour le média (11). Les personnes qui ont répondu ne pas être intéressés par le jeu en bibliothèque à la première question ont répondu également le manque d'intérêt ici, ce qui est cohérent. Personne n'a répondu avoir de l'appréhension face au jeu vidéo et les problèmes de violence ou de dépendance, ce qui démontre une ouverture d'esprit sur le sujet de la part des répondants et donc moins de soucis pour la bibliothèque d'avoir à se justifier lors de l'introduction du média. Bien évidemment, il faut considérer que les gens ayant répondu au questionnaire sont ceux qui sont le plus ouverts sur la question et que l'appréhension de ce média viendra d'usagers qui n'ont pas répondu à l'enquête.

La question six couvrait **le type de prêt qui intéresserait les usagers**.

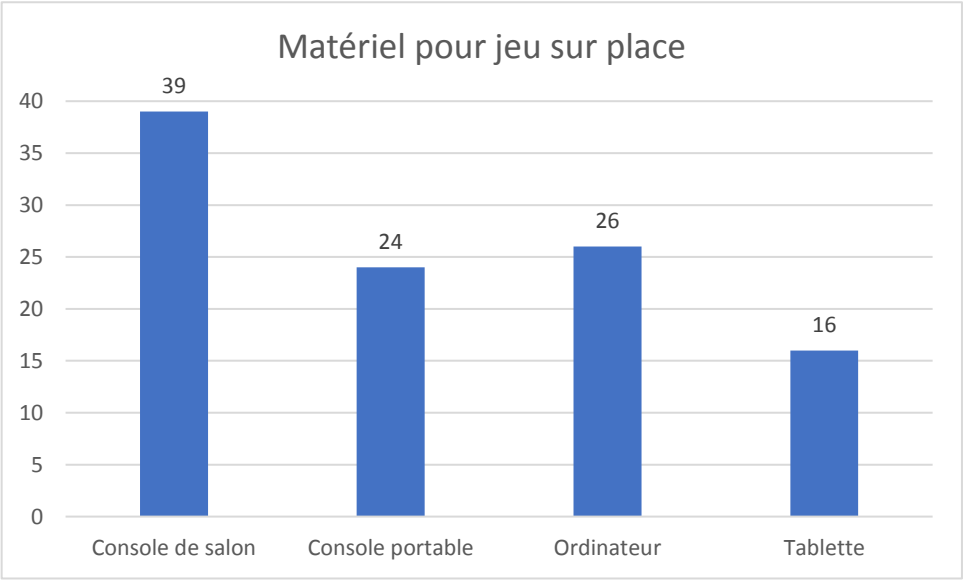
Tableau 8 : Type de prêt souhaité par le public de Prilly



Parmi les choix proposés, l'emprunt de jeux pour consoles et les consoles portables l'emportait (38 et 27 respectivement). Les magazines et guides stratégiques (11) et les bandes-son de jeux vidéo (12) constituaient les choix les moins populaires. Ces résultats conforteraient la mise en place d'une collection de prêt, d'autant plus orientée consoles portables peu chères qui pourraient être prêtées aux usagers, comme les 3DS de Nintendo par exemple.

La question sept couvrait **les attentes au niveau matériel pour le jeu en libre-service**.

Tableau 9 : Matériel désiré pour le jeu en libre-accès par le public de Prilly

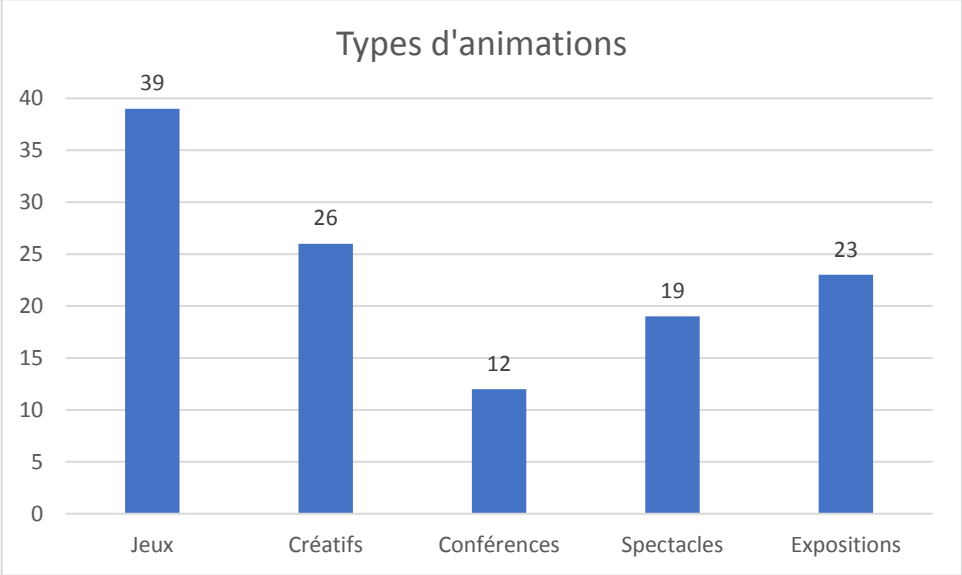


La réponse la plus populaire auprès des répondants était une console de salon (39). La tablette a eu le moins de succès (16), alors que l'ordinateur PC et la console portable

étaient à mi-chemin (26 et 24 respectivement). La volonté d'une console de salon peut traduire l'envie d'avoir un coin dédié aux jeux vidéo avec une installation matérielle autour d'une télévision et la possibilité de jouer à plusieurs dessus. Reste à voir si la bibliothèque peut se permettre de dégager un tel espace pour une console ou plusieurs consoles de salon – mais elle a déjà mis en place un coin adolescent avec des poufs qui pourrait être le lieu d'accueil du matériel.

La huitième question concernait **le type d'animations attendu par les usagers**. Les animations sont regroupées sous les cinq grandes catégories citées plus haut : les animations où l'on joue, les animations où l'on créé (création de jeux, de niveau, bricolage ou écriture autour du jeu vidéo etc.), les conférences (professionnels intervenants etc.), les spectacles (heure du conte, e-sport) et les expositions sur le jeu vidéo.

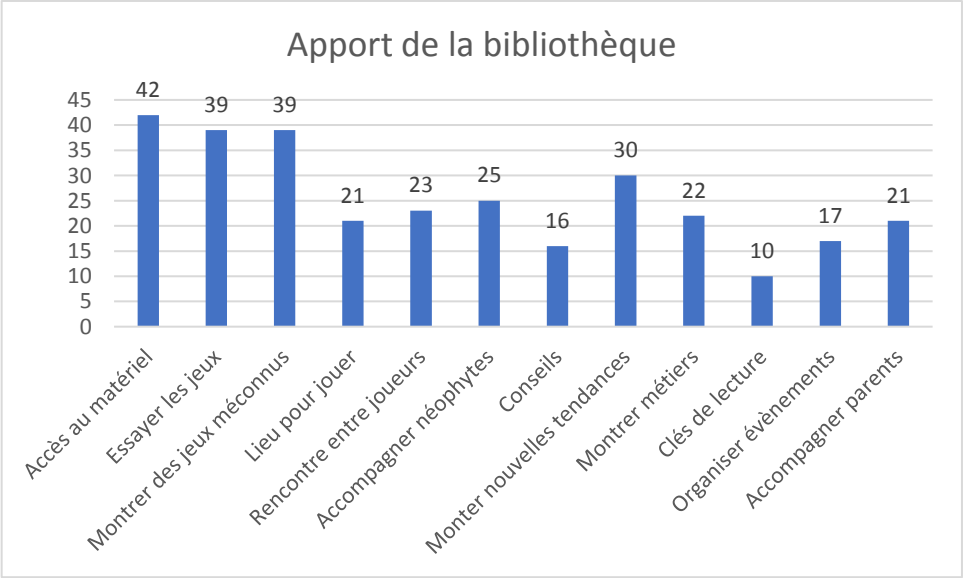
Tableau 10 : Types d'animations souhaités par le public de Prilly



Le résultat pour des animations où l'on joue l'a emporté loin devant le reste (39), ce qui est assez naturel ; on s'attend bien évidemment à pouvoir mettre en pratique le jeu lors d'un évènement consacré à ce média. Les conférences étaient la forme la plus boudée (12) – ce qui confirme la théorie de Béatrice Larcinese selon laquelle il faut introduire des moments de jeux même dans les conférences ou table rondes. Les ateliers créatifs sont arrivés en deuxième position (26).

La neuvième question couvrait d'une façon plus **générale le positionnement que les usagers peuvent attendre de la bibliothèque et quel rôle elle peut jouer dans la médiation avec eux sur ce média**.

Tableau 11 : Ce que la bibliothèque peut apporter selon le public de Prilly



L'attente la plus populaire est l'accès au matériel que tout le monde ne peut pas s'offrir (42), suivie du fait de pouvoir essayer les jeux et s'en faire une bonne idée avant un éventuel achat et faire découvrir des jeux moins connus (39 pour les deux). La bibliothèque aurait donc intérêt à s'orienter vers une collection (à prêter et / ou accessible sur place) afin de permettre cet accès au matériel aux usagers. Faire une sélection de jeux indépendants et les présenter via des animations, des coups de cœur et des sélections sur des postes de jeux pourrait être une solution pour satisfaire l'envie de découvrir de nouveaux jeux moins connus de la part des usagers.

Comprendre le média et ses mécaniques était la réponse la moins populaire (10), peut-être à cause du jeune âge de la majorité des participants. Recevoir des conseils sur les jeux ou l'organisation d'évènements difficiles à mettre en place seul étaient également peu prisés (16 et 17).

4. La communication

La communication a pour but de présenter l'offre de jeu de la bibliothèque à ses usagers (Drès 2010).

4.1 Les canaux

4.1.1 Imprimés

Les moyens les plus usités pour faire la promotion de leurs animations par les bibliothèques sont souvent les flyers et les posters utilisés à l'interne de la bibliothèque.

Les services de jeux vidéo ne font pas exception et ces moyens sont toujours très usités pour en parler.

Les flyers distribués à l'interne des bibliothèques seront généralement vus et ramassés par un public adulte. Pour toucher d'autres groupes, il est possible de distribuer des flyers en dehors de la bibliothèque via des associations – groupes de seniors, maisons de quartier / services jeunesse et écoles pour les adolescents, universités et groupes de joueurs pour les jeunes adultes etc. (annexe 2). Si un flyer est destiné à être distribué à des étudiants, il est peut-être intéressant de lui donner un look attractif, style flyer de soirée (Schmidt 2006).

En plus des flyers et affiches, certaines bibliothèques impriment le programme des animations, de façon annuelle ou pour un laps de certains mois. C'est l'occasion de mettre les animations de jeux vidéo en valeur avec les autres évènements de la bibliothèque (annexes 5, 9, 11, 13).

Vaclav Havel imprime également une ludographie de ses titres. Avec le travail qu'elle réalise avec son gaming club d'adolescent, elle édite également un journal mensuel (annexe 14).

Certaines bibliothèques peuvent promouvoir leur service via une technique de « live marketing », en imprimant des cartes à distribuer avec une URL vers la page du service ou des animations que le responsable peut emporter avec lui et distribuer à tout moment (Czarnecki 2010).

4.1.2 Internet

Les canaux habituels des bibliothèques sur internet sont le site de la bibliothèque (ou la page communale s'il n'existe pas de site dédié), la page Facebook et parfois des newsletters.

Une idée intéressante est d'avoir une page dédiée au service de jeux vidéo sur le site, qui permet de proposer des jeux vidéo, faire de la veille sur l'actualité, présenter les coups de cœur, les animations à venir etc. (Perreau 2015).

La plupart des bibliothèques interviewées utilisent leur site web pour promouvoir leur service de jeux vidéo. Quand elles n'ont pas une page dédiée au service, elles peuvent le mettre en valeur à travers la page des animations (voir annexes).

4.1.2.1 Page sur les réseaux sociaux

La communication 2.0 est également aujourd'hui très intéressante pour relayer l'information au travers des réseaux sociaux (Perreau 2015).

Béatrice Larcinese de La Chaux-de-Fonds précise qu'il est intéressant de passer par Facebook pour promouvoir son service, pour « dépoussiérer » la fausse image vieillotte de la bibliothèque, ce qui va dans le même sens que d'inclure les médias modernes comme le jeu vidéo (annexe 7). Les publications qui remportent le plus de mention « j'aime » sur la page Facebook de la bibliothèque de Carouge sont celles qui concernent les jeux vidéo, ce qui montre l'adéquation du canal avec le média (annexe 1).

Mettre régulièrement en ligne des photos réalisées durant les animations est aussi un bon moyen de promotion (Czarnecki 2010). Les réseaux sociaux sont de bons moyens de partage de ce genre de publications. La majorité des bibliothèques utilisent Facebook, mais Instagram et Twitter sont également des solutions valides.

La bibliothèque de Nyon mentionne ne pas avoir développé l'aspect réseau social de sa communication, mais plutôt dû à son public (annexe 4).

La bibliothèque de Belleville note également que la plupart des adolescents qui viennent à la bibliothèque ne la suivent pas sur Facebook, aussi l'impact de ce média pour communiquer avec le public adolescent est limité (annexe 9). Un constat similaire a été fait par la responsable de la page Facebook de Prilly ; les jeunes n'y sont pas vraiment, aussi c'est plutôt un outil pour communiquer avec le public adulte.

Le blog était à une époque un bon moyen de toucher les adolescents (Schmidt 2006). C'est un moyen toujours utilisé par la bibliothèque de Vaclav Havel qui écrit des articles sur ce support pour les critiques de jeux (annexe 14).

4.1.2.2 YouTube et vidéos

En s'inspirant du système des BookTubeuses et des vidéastes YouTube, il est possible de créer une chaîne YouTube de la bibliothèque dédiée aux jeux vidéo, qui peut être alimentée par des tests de jeux nouvellement acquis, de coups de cœur, d'animations etc. (Perreau 2015). L'avantage de ce système est que son contenu est facilement partagé sur les réseaux sociaux (Perreau 2015).

La bibliothèque de Dardilly en France a par exemple créé quelques vidéos de présentation de jeux en collaboration avec le service jeunesse de la commune (annexe 12).

Mais le côté technique et surtout, le temps demandé à monter des vidéos est plutôt rédhibitoire pour la plupart des bibliothèques (annexes 1, 4). Les compétences techniques pour pouvoir monter ce genre de projet manquent en bibliothèque (annexe 6).

Les vidéos de gameplay peuvent être utiles pour montrer en quoi consiste un jeu. Mais il n'est pas nécessaire de les créer soi-même, car il existe bon nombre de vidéos de gameplay sur YouTube, qu'il suffit alors de mettre en lien (la chaîne World of Longplays, par exemple) sur le site internet de la bibliothèque (annexe 7).

La bibliothèque de la Cité à Genève a déjà expérimenté l'utilisation de leur chaîne YouTube pour parler jeu vidéo, mais les premiers résultats n'étaient pas satisfaisants ; ils semblaient manquer de méthode et de fil directeur, selon eux. Mais l'envie de retenter l'expérience est toujours là.

Du côté français, lors du tournoi « LoL en BiB » à la bibliothèque de Chassieu, des participants ont commenté les matchs de League of Legends en direct. Ces matchs ont été capturé en vidéo puis diffusés sur YouTube. L'expérience n'a pas été renouvelée depuis cependant (annexe 11).

Nous avons cité précédemment l'invitation d'un streamer qui peut servir de coup de communication sur internet via une chaîne de streaming, comme ça a été le cas pour la bibliothèque de La Chaux-de-Fonds ou celle de Vaclav Havel (annexe 7, Vaclav Havel).

4.1.3 Presse

Scott Nicholson le relève, les journalistes peuvent être intéressés par le fait que les bibliothèques se mettent aux jeux vidéo, de par l'image populaire encore contradictoire entre activité ludique et le lieu de savoir que représente la bibliothèque. Il peut être intéressant de donner une interview au lancement de son activité (Nicholson 2012 F). Les canaux de presses comprennent les journaux ou nationaux mais aussi la presse spécialisée (Perreau 2015).

La bibliothèque de la Ville de La Chaux-de-Fonds s'est adressée à la presse locale pour promouvoir son service (annexe 7). De même, la bibliothèque de Nyon passe par l'agenda de la ville et la presse locale pour promouvoir ses animations (annexe 4). En France, la bibliothèque de Chartres est également passée par la presse au lancement de son service (annexe 10). Les médiathèques de Montpellier utilisent la gazette de la commune (annexe 13).

Pour les adolescents et préadolescents, il peut exister des journaux d'école, même si cela concerne plus les bibliothèques scolaires (Schmidt 2006).

4.1.4 Bouche-à-oreille

La plupart des bibliothèques interviewées remarquent que le bouche-à-oreille fonctionne très vite et très bien avec le jeu vidéo.

Il est toujours intéressant de parler directement aux jeunes fréquentant la bibliothèque de l'évènement à venir (Schmidt 2006).

D'une manière générale, les collections de prêt de jeux vidéo fonctionnent toujours très bien et avec peu de publicité (annexe 3). Les animations ont tendance également à grandir exponentiellement ; quand un enfant s'amuse à une activité, il va en parler à ses amis (Schmidt 2006).

Lorsqu'ils relèvent un flyer ou une affiche dans la bibliothèque, les usagers habituels peuvent parler à leurs amis non-lecteurs mais amateurs de jeux vidéo d'une animation à la bibliothèque, faisant ainsi venir un nouveau public dans le lieu (annexe 6).

La bibliothèque de la Cité relève qu'une des meilleures techniques pour attirer les adolescents en bibliothèque est de parvenir à convaincre l'un d'entre eux, puis l'encourager à venir aux animations avec ses amis – il est rare qu'un ado se rende seul à un évènement.

La bibliothèque de la Ville de La Chaux-de-Fonds souligne aussi l'efficacité de ce canal auprès de son public jeune de 14 ans venant du collège situé à côté de la bibliothèque (annexe 7). Les médiathèques de Montpellier ont remarqué que c'est également le principal moyen de diffusion auprès des lycéens (annexe 13).

Changer d'image en montrant un intérêt vers les médias numériques peut également augmenter positivement sa visibilité auprès des autorités de tutelle (annexe 5).

Les animations sur inscription peuvent aider à faire parler de l'animation dans l'entourage des intéressés ; un jeune va demander à son ami s'il s'est inscrit au prochain tournoi par exemple (Nicholson 2012 H).

4.1.5 Autres

En matière d'affichage mais numérique, la bibliothèque de Belleville utilise les fonds d'écrans des postes informatiques de son espace numérique pour promouvoir ses animations de jeux vidéo (annexe 9).

Rapport-Gratuit.com

Il peut être intéressant de présenter les boîtiers de jeux en vitrine, vers les fenêtres de l'établissement, afin d'attirer les curieux à l'intérieur. Réaliser des animations hors-les-murs permet également de faire parler du service au-delà du cercle des usagers (Perreau 2015).

La bibliothèque d'Yverdon a utilisé les vitres de son institution lors du Numeric Games en créant grâce à des post-it colorés des personnages de jeux vidéo en « pixel art » (dessinés en unités carrées colorées comme sur les vieilles résolutions de jeux vidéo) :

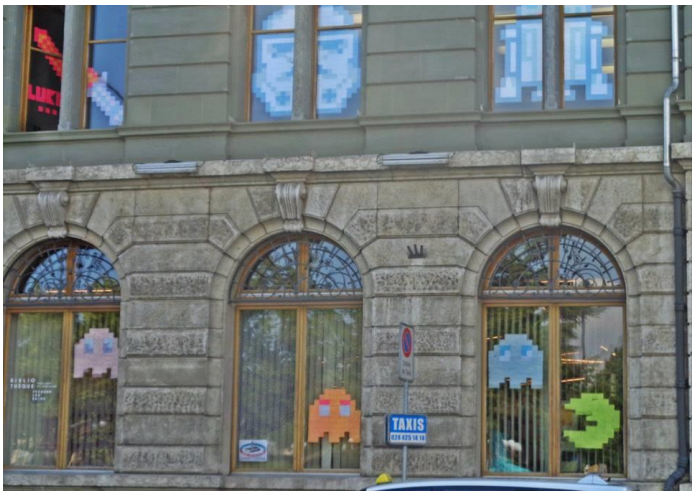


Figure 1 : Fenêtres de la bibliothèque d'Yverdon-les-Bains

Pour promouvoir les jeux vidéo créés lors de ses ateliers de création, la bibliothèque d'Yverdon a utilisé la plateforme Itch.io, qui permet de facilement partager des jeux vidéo indépendants (annexe 6).

4.2 Milieux visés

Selon Scott Nicholson, il faut essayer de lister son public potentiel et comprendre où il passe son temps et par quels canaux le toucher (Nicholson 2012 F).

Certains usagers potentiels doivent être atteints en dehors du périmètre habituel de communication de l'institution. En effet, ces personnes pourraient être intéressées par l'offre de jeux vidéo, mais n'utilisant pas encore la bibliothèque, elles ne peuvent être atteintes par les canaux « locaux » de communication. Il est donc important, surtout lorsque le service débute, de savoir où aller chercher ces nouveaux usagers.

Créer des partenariats peut être idéal pour augmenter son champ de communication : bien qu'ils aient tendance à disparaître, les vendeurs spécialisés de jeux vidéo en format physique peuvent être de bons relais (Levine 2006). En effet, leur clientèle de jeux vidéo pourrait être intéressée par un évènement sur ce thème en bibliothèque. Ces boutiques

peuvent se révéler motivées à collaborer avec les bibliothèques (prêt de matériel, démonstration, partage de réseaux et de connexion etc.) (Nicholson 2012 F).

La bibliothèque de la Cité, par exemple, pour informer son public plus âgé des animations spécifiques qui lui sont destinées, collabore avec Cité Seniors, qui se charge de faire suivre notamment des flyers à leurs membres (annexe 2).

Scott Nicholson conseille de passer par les collèges et lycées pour toucher les groupes de joueurs qui s'y rencontrent (Nicholson 2012 F). Mais la bibliothèque de la Cité relève la difficulté à toucher les adolescents qui ne fréquentent pas ou plus la bibliothèque ; passer par les écoles est difficile, car ces dernières ne semblent pas percevoir la légitimité de promouvoir un évènement autour du jeu vidéo dans leurs murs. Les maisons de quartiers peuvent être un bon relais, mais il ne faut pas simplement distribuer des flyers qui ne seront pas lu ou pris par les jeunes. Dans l'idéal, il faudrait que l'animateur soit le relais du message, mais il n'a pas toujours le temps de s'occuper de cela (annexe 2).

Les écoles françaises semblent moins fermées sur le sujet ; la bibliothèque de Dardilly, par exemple, distribue ses flyers dans les écoles et collèges (annexe 12).

Il peut être intéressant d'approcher les groupes de joueurs existant dans la ville. Ces groupes peuvent non seulement être intéressés par des animations de jeux vidéo mais ils peuvent aussi aider à choisir des jeux, proposer d'animer des évènements pour la bibliothèque etc. Il faut néanmoins faire attention au côté passionné et choisir les jeux toujours en fonction des objectifs de la bibliothèque, pas seulement par rapport aux préférences de ces personnes. Les joueurs issus de ce genre de groupe peuvent former une base passionnée et fidèle, qui peut être utilisée pour un « gaming club » par exemple ; il est donc conseillé d'avoir une activité régulière pour ces groupes-ci. (Nicholson 2012 F). Par exemple, à Lausanne, il existe le Qwertz Café, un bar de joueurs dédié à l'eSport et à la culture geek (Sassoon 2015) et l'association *Space Fridge*, qui est plus spécialisée dans le jeu de rôle sur table, mais dont une bonne partie des membres doivent également être intéressés par le monde du jeu vidéo.

La bibliothèque d'Yverdon-les-Bains précise qu'il est difficile de viser un public ou un milieu particulier parce que ce genre de communication demande du temps et du personnel dédié à cela, ce qui manque souvent en bibliothèque (annexe 6).

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

4.3 Prévenir l'arrivée d'un nouveau service

Prévenir dans les espaces : il ne faut pas se limiter à la communication officielle mais penser à prévenir également dans l'espace qui va être occupé par l'animation ou un nouveau service sur place. On risque d'empiéter sur une pratique d'un usager qu'on ne connaissait pas (un coin lecture préféré par exemple) si on ne prévient pas à l'avance et générer de l'hostilité (annexe 2).

Photographie du rayonnage : s'il s'agit d'une collection de prêt, poster une photographie de la collection en place sur la page Facebook (annexe 1).

Parler aux nouveaux inscrits du service : lorsqu'un nouveau lecteur s'inscrit à la bibliothèque, il peut être avisé de mentionner le service de jeux vidéo (annexe 1).

Distribuer des flyers : pour avertir du nouveau service (annexe 1).

Créer un communiqué de presse pour les journaux locaux : cela permet de prémâcher le travail d'un journaliste et d'augmenter ses chances que la presse locale parle de l'évènement (annexes 4, 10, 13).

Prévenir les collègues : l'équipe doit être au clair des objectifs du service ou de l'animation et soutenir le projet.

Créer un évènement spécifique : une animation de lancement peut aider à la visibilité du nouveau service (annexe 10).

Décoration spéciale des locaux : avec des affiches ou des personnages de jeux vidéo imprimés ; il ne faut pas hésiter à se servir également des fenêtres pour rendre visible la nouveauté en placardant ces décorations thématiques aux vitres (annexe 12).

Même une fois le service en marche, le changement d'une génération de consoles ou autre nouvelle acquisition de matériel peut être l'occasion d'une animation découverte (annexe 11).

4.4 Hostilité

4.4.1 Usagers

Le jeu vidéo a été bien accueilli chez les usagers de la plupart des bibliothèques interviewées ; ceci montre également que les mœurs évoluent, notamment avec l'âge moyen du joueur de jeux vidéo qui ne cesse d'augmenter, et qu'il est donc de plus en plus normal de le traiter comme objet culturel pour la population (voir interviews en annexes).

La bibliothèque de la Cité essuie peu de grosses critiques. Mais il y a des commentaires fréquents et récurrents. Ils ont souvent lieu sur la page Facebook plutôt que sur place – sans doute grâce à la distance que créé la communication par internet. Ces interrogations tournent toujours d'une même vision du jeu vidéo par ces personnes : vu comme un média sans sens, trop répandu. Les réponses à apporter sont donc toujours les mêmes (annexe 2). La bibliothèque d'Yverdon, face à son exposition, a vu resurgir le classique débat qui oppose le papier contre l'écran et les jeux vidéo contre les livres (annexe 6). Il peut y avoir une peur des parents pour leurs enfants due à un manque de connaissance sur le média et à la mauvaise image véhiculée par le jeu vidéo - les reportages sur la violence, la dépendance etc. (annexe 12).

Les médiathèques de Montpellier ont dû justifier le choix du jeu vidéo auprès de nombreux lecteurs au début, mais aujourd'hui, la question ne se pose plus, ce qui démontre une évolution dans le temps et l'acceptation du média (annexe 13).

La bibliothèque des jeunes de La Chaux-de-Fonds appréhendait beaucoup d'introduire ce nouveau service auprès de ses usagers, car l'arrivée des tablettes pour les livres animés avait été très mal reçue ; en effet, leur mise à disposition en libre-service dans les espaces avait été vécue comme une « concurrence » aux livres. Les jeux vidéo n'ont pas posé problème, sans doute parce que les jeux ne sont pas utilisables sur place mais seulement empruntables ou disponibles via les animations. À l'inverse, les jeux vidéo ont rencontré un grand succès et ont apporté une bonne ambiance dans la bibliothèque (annexe 3). L'exemple de la mésaventure de la bibliothèque des jeunes de La Chaux-de-Fonds montre qu'un libre-accès des usagers les plus jeunes au matériel numérique sans restriction peut être mal perçu. Nous supposons que cela demande un contrôle supplémentaire de la part des parents sur les actions de leurs enfants en bibliothèque qu'ils n'auraient pas à mener en cas contraire.

L'expérience en atelier aide à chasser les a priori (Albertini 2014). Les ateliers découverte constituent un outil important pour désamorcer l'hostilité. En effet, la majorité des personnes hostiles aux jeux vidéo sont généralement des gens qui le connaissent mal. Aussi axer des animations, des conférences autour de la découverte, sur le monde du jeu vidéo – son histoire, ses acteurs etc.- peut porter ses fruits. Inviter des spécialistes de la question à venir s'exprimer. Il faut prendre en compte donc les publics novices, comme les seniors etc. (annexe 2, Nyon). Pour ces évènements, il est conseillé de mettre en avant des jeux possédant un grand côté artistique, très fédérateurs, comme par exemple *Journey* ou *Braid*, afin de montrer le côté culturel du jeu vidéo (annexe 7, Nyon).

4.4.2 Collègues bibliothécaires

En cas de réticences ou doutes d'autres collègues de la bibliothèque, le même genre de procédé est à appliquer ; organiser des sessions de jeux vidéo entre bibliothécaires a tendance à convaincre le personnel réticent (Levine 2006) (Buchanan 2012). La bibliothécaire responsable de la collection à la Ville de La Chaux-de-Fonds a fait jouer ses collègues à *Journey*, ce qui les a vite séduits (annexe 7). L'initiatrice du projet à la bibliothèque de Chartres a également dû déployer des efforts pour convaincre ses collègues du projet ; mais l'effet fut bénéfique car le service de jeux vidéo fut ensuite porté par l'ensemble de la bibliothèque (annexe 10).

4.4.3 Elus

L'hostilité et l'incompréhension peuvent venir également de l'autorité de tutelle de la bibliothèque. Un élu s'est plaint de la présence de jeux vidéo violents à la bibliothèque de Carouge. Cette plainte n'a pas donné suite, et a surtout montré que la personne ne connaissait pas la collection de la bibliothèque, puisque aucun jeu véritablement problématique n'était proposé dans la collection (annexe 1). Il peut aussi y avoir une vieille image opposant le papier représenté par le livre aux écrans représentés par les jeux vidéo dans l'esprit de certains membres de l'autorité de tutelle – ou du savoir contre le loisir. Certains ne comprennent pas la place de ce média en bibliothèque (annexe 5). La médiathèque de Vevey a constaté moins d'incompréhension chez les usagers que chez les services de la Ville ou les autres professionnels (annexe 5). La bibliothèque de Chartres a également rencontré des obstacles au niveau d'un des élus de l'autorité de tutelle ; elle a pu compter sur l'aide et l'appui d'une conseillère municipale pour faire évoluer le projet. La tutelle a finalement donné son accord mais avec un cadre très précis à suivre (annexe 10). Quelques élus étaient également dubitatifs au départ du projet à Dardilly (annexe 12).

Il est conseillé si possible de ne pas présenter le projet seul à sa hiérarchie, mais de rassembler autour de soi les autres membres du personnel motivés par le projet, ainsi que des usagers convaincus etc., l'idée étant de montrer que le projet a trouvé un écho (Schmidt 2006).

4.4.4 Agir de façon proactive

En plus des jeux avec une forte patte artistique, il est conseillé de mettre en avant les côtés engagés de la bibliothèque à travers la médiation du jeu vidéo, comme favoriser la création locale et le jeu indépendant (annexe 6). Il est possible aussi de faire le lien entre les univers du jeu vidéo et du cinéma pour parler aux cinéphiles (Bouysse 2016), en mettant en avant des noms comme Kojima. On peut également faire des parallèles

clairs entre le monde de l'illustration et du jeu vidéo, en parlant de leur création, des écoles d'arts romandes comme Ceruleum qui forment des animateurs (annexe 6).

Une des premières animations de la bibliothèque de la Cité utilisait des affiches portant le titre « des jeux vidéo en bibliothèques ?! » afin d'interpeler les gens qui trouveraient l'idée étrange. L'évènement avait pour but d'expliquer la volonté de la bibliothèque et a été très bien accueilli (annexe 2).

Les coups de cœur des bibliothécaires peuvent mettre en avant des jeux qui sortent du lot artistiquement (annexe 7). Le fait de traiter le jeu vidéo comme les autres collections contribue également à légitimer leur place (annexe 12). Avoir également une politique documentaire claire qui stipule que le loisir fait partie des services couverts par la bibliothèque renforce la position d'avoir des jeux vidéo (annexe 14).

Avoir des outils spécifiques comme un catalogue qui montre aux lecteurs les traits particuliers de chaque jeu et explique la raison de leur sélection (par points positifs, particularité de gameplay etc.) permet de montrer qu'il y a un véritable travail de réflexion de la part de la bibliothèque (annexe 4). Il est recommandé aussi de bien attribuer l'âge des jeux pour rassurer les parents (annexe 12).

Se créer des fiches d'arguments, des bouquets de réponses en pensant aux objections potentielles des personnes hostiles au média peut être une bonne idée ; même si elles ne finiront pas forcément par servir, elles permettent de réfléchir et d'avoir une ligne générale directrice. Cela permet aussi d'assumer les choix fait dans la sélection de jeux (annexe 4, Chassieu). La médiathèque d'Alfortville a remarqué qu'avoir un discours cohérent entre bibliothécaires sur la question du jeu vidéo et montrer que le projet est soutenu par l'ensemble de l'équipe a eu un impact positif sur les interrogations (annexe 8).

Faire de la médiation en général avec ses jeux vidéo aide à montrer qu'il y a une sélection réfléchie et pensée dans un but précis (Gaudion 2014). Pour le jeu en libre accès, des règles d'utilisation peuvent avoir un effet rassurant sur les parents (Gaudion 2014).

Avoir un espace dédié aux animations permet également d'éviter une partie des critiques dues à l'empiètement sur l'espace d'autres utilisateurs par les animations de jeux vidéo (annexe 2). Mais inversement, la présence d'animations dans les locaux de la bibliothèque peut donner aussi une impression de transparence et montrer les aspects positifs aux autres usagers (annexe 4).

4.4.5 Arguments et réponses

Il ne faut pas négliger l'historique des bibliothèques de loisir pour pouvoir expliquer plus clairement le lien existant entre jeux et bibliothèques ; en effet, les premières bibliothèques de lecture publique du monde anglo-saxon du XIXe siècle s'intéressaient déjà au jeu. Il était alors question de créer un contexte favorable pour que les citoyens viennent passer leur temps libre à la bibliothèque plutôt que dans les bistrots et les bars. On essayait d'offrir en bibliothèque le même genre de divertissement que dans ces établissements, mais dans un contexte plus proche de la culture.

Plus tard, lors de la crise économique des années 1930, il y a eu une grande mode des jeux d'énigmes avec lesquels on pouvait remporter de l'argent. Pour résoudre ces énigmes, certaines personnes venaient demander de l'aide aux bibliothèques. Cela obligeait les bibliothèques à se positionner pour savoir si elles acceptaient ou refusaient dans leur politique d'aider les gens à résoudre ces jeux. On retrouve une problématique similaire à aujourd'hui, par rapport à l'utilisation du matériel informatique ou des locaux de la bibliothèque pour des fins ludiques.

En ce qui concerne le numérique, c'est vers 1980 que le premier Atari fut introduit dans une bibliothèque américaine. Les années 1990 virent l'arrivée du CD-ROM. En bref, le jeu en bibliothèque n'est pas neuf et dure bien depuis une centaine d'années (Nicholson 2012 B).

Pour bien défendre son projet, il est important d'avoir un discours cohérent au sein de l'équipe, des bibliothécaires formés et une mission de la bibliothèque claire.

Il est souvent recommandé par les professionnels de prévoir à l'avance une liste d'arguments possibles face aux questions des usagers. J'ai dressé ici une liste des arguments des personnes contre le jeu vidéo en bibliothèque et leurs réponses proposées par différentes sources de la littérature professionnelle :

Quel est le rapport entre les jeux vidéo et les livres ?

Les bibliothèques ne sont plus centrées aujourd'hui sur le média du livre uniquement. On y trouve des DVD, des livres audio, de la musique. Il est donc logique, avec cette orientation « médiathèque », de donner une place aux jeux vidéo (Nicholson 2012 J).

Est-ce que ce n'est pas un effet de mode ?

Les bibliothèques de loisir s'intéressent aux jeux depuis le XIXe siècle. On peut parler d'un retour aux sources. Ce ne sont pas les bibliothèques qui ont changé, mais les médias culturels consommés par la société (Nicholson 2012 J).

Les jeux vidéo sont un divertissement de piètre qualité :

C'est vrai pour certains. Comme c'est le cas pour certains films ou certains romans. Néanmoins, les jeux vidéo ont des qualités propres, comme des mécaniques qui demandent souvent un apprentissage de la part du joueur (Advocacy 2012) (American Library Association 2017).

Les jeux n'encouragent pas la créativité :

C'est plutôt faux ; pour résoudre un obstacle, les jeux demandent souvent au joueur de penser à la meilleure stratégie et offrent parfois plusieurs chemins possibles pour arriver à la fin. En outre, la passion du jeu pousse certains joueurs à vouloir devenir programmeurs ou créateurs de jeux eux-mêmes (Advocacy 2012) (American Library Association 2017). Les ateliers de création de jeux vidéo en particulier développent la créativité, l'investissement et l'apprentissage des participants (Jean 2013)

Les jeux n'encouragent pas à apprendre :

Selon Steven Berlon Johnson, le jeu demanderait au joueur de développer une méthode proche de la méthode scientifique, passant par trois phases : émettre une hypothèse, expérimenter ladite hypothèse, puis évaluer les résultats obtenus. C'est un processus qui favorise l'apprentissage (Advocacy 2012) (American Library Association 2017).

Les jeux sont en compétition avec les livres :

Ces deux médias ne sont pas exclusifs, ils sont à mettre en valeur ensemble pour leurs qualités différentes, comme la bande dessinée ou le cinéma qui sont déjà présents aux côtés des livres en bibliothèque (Advocacy 2012) (American Library Association 2017).

Les jeux remplacent les notions de lecture traditionnelle :

La maîtrise de la lecture évolue tout le temps. Il est important aujourd'hui que les gens soient armés autant pour les médias imprimés que pour le numérique (Advocacy 2012) (American Library Association 2017). Les jeux vidéo très narratifs comme les jeux de rôle ou les jeux d'aventure peuvent comporter une grande part de texte. Ils peuvent être un bon moyen transmédia pour mener les jeunes vers la lecture (annexe 14).

Les jeux vidéo sont bruyants :

Avec la nouvelle philosophie « troisième lieu », qui est centrée sur une idée communautaire, les bibliothèques sont aujourd'hui plus bruyantes que dans le passé, avec ou sans jeux vidéo. Nous essayons d'arranger au mieux entre les espaces de silence et les espaces de vie mais ce n'est pas toujours faisable (Nicholson 2012 J).

Les jeux vidéo sont violents :

85% des jeux n'ont pas le label « M for Mature » (ou 18+). Les jeux comme Grand Theft Auto représentent au final qu'une petite portion des jeux disponibles. Il faut aussi considérer des jeux traditionnels comme les échecs qui peuvent représenter la violence des guerres féodales mais qui n'ont jamais posé de problème (Advocacy 2012) (American Library Association 2017). ; il est simplement important de respecter la politique de la bibliothèque comme pour les autres médias (Nicholson 2012 J).

Les jeux sont addictifs :

Il est vrai que certains jeux donnent envie d'y revenir et de continuer de jouer et donc d'y passer du temps. Ils demandent à leurs utilisateurs de s'investir, de se dépasser et donc donnent un sentiment d'accomplissement ; les jeux sont construits sur des systèmes de demande d'effort, d'apprentissage et de récompenses. Cela peut poser problème auprès des personnes incapables de se réguler ; il faut alors modérer le temps de jeu et laisser de la place pour d'autres médias, d'autres formes d'activités et obtenir un régime médiatique sain (Advocacy 2012) (American Library Association 2017). Un bon jeu peut être difficile à arrêter avant la fin, mais c'est aussi le cas d'un bon livre. En fait, on trouve beaucoup de médias de loisirs addictifs en bibliothèque publiques (Nicholson 2012 J).

Les jeux rendent passifs :

Cette critique pourrait être aussi faite pour la lecture ou le visionnage d'un film, la personne devant rester assise face à son média (Nicholson 2012 J). Le jeu vidéo est au contraire un des médias les plus interactifs, puisque l'usager agit directement sur le monde de l'histoire. Il est à noter également que les jeux où l'on bouge comme Wii Sport, Wii Fit ou les jeux de danse peuvent faire se dépenser physiquement ceux qui y jouent (Advocacy 2012) (American Library Association 2017).

Pourquoi investir de l'argent dans les jeux vidéo ?

Nous dépensons dans les jeux vidéo afin de toucher un plus large public et d'élargir également l'offre des services proposés par la bibliothèque. Il s'agit d'un complément (Nicholson 2012 J).

4.4.6 Problématique de la violence

Les personnes jouant à des jeux visuellement ou narrativement violents (comme GTA) sont des personnes normales et la violence visuelle n'est pas seulement restreinte au média du jeu vidéo, mais se trouve aussi bien dans le cinéma – on peut citer les œuvres de Quentin Tarentino par exemple - que dans les journaux télévisés. Il est important de dissocier également les qualités d'un gameplay de son emballage visuel ou narratif et d'évoquer les mécaniques de jeux qui se trouvent derrière qui rendent le jeu intéressant malgré son aspect visuel (Bouysse 2016).

La bibliothèque peut décider de proposer des jeux qui ont un âge PEGI 16 ou 18 ; beaucoup de personnes pensent que les jeux violents sont vides d'intérêt ou de sens. C'est une opportunité pour la bibliothèque de jouer son rôle de médiatrice en sélectionnant des jeux réservés aux adultes mais possédant des qualités artistiques, narratives ou autres afin de montrer les qualités intrinsèques à ces titres malgré la violence visuelle qu'ils peuvent contenir (Buchanan 2012).

4.5 Identité visuelle

Avoir un logo et donc une « marque » dédiée à l'évènement qui se retrouvera sur le matériel promotionnel (imprimé et internet) peut rapidement permettre d'identifier le service et contribuer au succès de ce qu'il organise (Levine 2006).

Utiliser un logo figuratif est dans ce cas une bonne idée, car le dessin permet d'exprimer une idée de façon immédiate, sans que la personne n'ait besoin de lire une phrase et comprendre un concept. Il est aussi directement lié au média du jeu vidéo, puisque c'est une forme d'arts visuels. Le dessin permet également de jouer entre réalisme et stylisation pour trouver la forme la plus lisible qui permette au lecteur de comprendre immédiatement ce qu'il voit (Samara 2014).

Il y a des formes figuratives simples liées au monde du jeu vidéo qui reviennent régulièrement dans les logos touchant à ce domaine : les manettes de jeux, à la forme facilement identifiable. Elles évoquent rapidement le médium qui va faire le conduit entre le joueur et le jeu. Elles peuvent être parfois simplifiées à l'extrême pour ne plus figurer que le X de la croix directionnelle et quelques ronds pour les boutons. Il y a également les silhouettes d'anciens personnages iconiques extrêmement reconnaissables comme les Space Invaders ou Pac-Man et ses fantômes.

Comme la bibliothèque de Prilly va bientôt faire redesigner son logo et son identité visuelle, il pourrait être intéressant d'insérer dans ce projet une vision similaire aux bibliothèques de Nyon et Vevey.

Rapport-Gratuit.com

Voici quelques exemples d'identités visuelles développées par les bibliothèques interviewées :

Bibliothèque de Nyon

Figure 2 : Logo de la Bibliothèque de Nyon

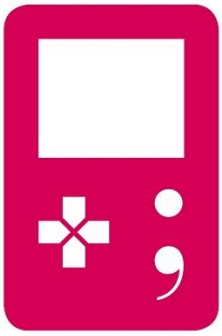


Figure 3 : Logo du service jeux vidéo

La bibliothèque de Nyon a fait réaliser ses logotypes par un graphiste professionnel. En plus d'un logo général pour la bibliothèque – un B dont les espaces intérieurs forment un point-virgule – l'institution a fait décliner son logo pour ses différents services. Le logo du service jeux vidéo reprend la forme stylisée d'une Game Boy (console portable de Nintendo populaire des années 80-90) dont les boutons A et B forment également un point-virgule. Les boutons rappellent le logo principal, et la forme d'un Game Boy évoque très vite dans l'esprit des gens l'idée de jeux vidéo. Ce choix de console portable comme symbole est d'autant plus pertinent que la collection de prêt de la bibliothèque est axée sur les jeux de la Nintendo 3DS, soit la descendante actuelle du Game Boy.

Bibliothèque d'Yverdon-les-Bains

Figure 4 : Logo de l'animation « Des pages aux joysticks »

La bibliothèque d'Yverdon-les-Bains n'a pas de service de jeux vidéo permanent à la bibliothèque. Mais pour son projet d'atelier « Des pages aux joysticks » dont nous avons parlé plus haut, la médiation a fait appel à un logo spécifique ; au centre, un objet hybride, à la fois ancien joystick de salle d'arcade et livre reprend les deux mots principaux du titre en une seule image. Le titre lui-même est divisé en deux, avec une couleur par partie (« Des pages » sur fond bleu, et « aux joystick » sur fond magenta). Une zone de transition entre les deux parties colorées figure l'idée d'un passage de l'un à l'autre des deux concepts.

Bibliothèque de Vevey

Figure 5 : Logo de la bibliothèque de Vevey

Figure 6 : Logo « Plein écran »

La médiation « Plein écran » de la bibliothèque de Vevey possède son propre logo. Il figure un E avec deux yeux stylisés, reprenant ainsi le design du logo principal de la bibliothèque qui est un B avec deux yeux. Ce travail a été confié à un graphiste

Rapport-gratuit.com
LE NUMÉRO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

professionnel et a permis à la bibliothèque d'être clairement identifiée dans la ville (annexe 5). La lettre E reprendra la première lettre du mot « écrans ». Les yeux dans la ligne graphique de la bibliothèque font vraisemblablement appel à la lecture, ce qui fait sens pour une bibliothèque. Dans leur variante pour le programme « plein écran », ils sont cerclés à l'intérieur, comme hypnotisé, sans doute pour faire référence à la problématique de la peur de la dépendance et de l'invasion des écrans, un questionnement auquel ce projet sur le numérique essaie de répondre.

La bibliothèque Vaclav Havel

Figure 7 : Logo de la bibliothèque Vaclav Havel de Paris

La bibliothèque ne possède pas de logo dédié à son service de jeux vidéo. Néanmoins, une stylisation pixélisée est présente dans son logo principal, démontrant une volonté d'inclure le numérique et les jeux vidéo dans son programme (annexe 14).

La bibliothèque de la Chaux-de-Fond

Figure 8 : visuels de la communication pour « Press Start »

Pour communiquer sur son exposition « Press Start » et les animations qui ponctuaient l'évènement, la bibliothèque de la Ville de La Chaux-de-Fonds a utilisé des images de manettes de consoles, simplifiées en « flat design » (en simples formes géométriques faites d'à-plat de couleurs) et donc très vite visuellement reconnaissables. Les manettes sélectionnées évoquent une succession d'époques différentes, allant des consoles 8 bits jusqu'à nos jours, ce qui reflète la volonté historique de l'exposition et des pièces mises à disposition par l'association NemcoShow.

4.6 Créer sa communication

Pour créer une communication efficace, nous pouvons passer par plusieurs étapes classiques (Neuhaus 2017).

4.6.1 Définir ses publics cibles

Tout d'abord, nous devrons choisir nos cibles « marketing » : celles qui viendront à l'animation et y participeront. Nous les avons identifiées sous le chapitre des publics mais voici quelques types principaux :

- Les enfants : notre cœur de cible est la tranche de 10 à 14 ans au vu de l'analyse du sondage réalisé auprès du public de Prilly.
- Les adolescents et jeunes adultes : un public plus difficile à faire venir, à viser avec des jeux plus « matures » ou des ateliers concernant les métiers derrière le jeu vidéo, ou des « gaming club ». Les adultes « gamers » aiment bien la performance et la compétition, des tournois peuvent donc également être une bonne forme d'animation.

- Les jeunes parents ou les seniors à faire participer à des animations familiales et intergénérationnelles.
- Les adultes et seniors néophytes qui aimeraient découvrir le média (animation sur l'histoire du jeu vidéo, initiation)

Il peut être intéressant de développer au cas par cas des personas plus précis suivant le type d'animation que l'on souhaite développer.

Nous devons identifier aussi nos cibles de communication, ceux qui nous serviront de relai de l'information auprès de nos cibles marketing

- Les parents d'enfants ou d'adolescents qui pourront prévenir leurs enfants, les inscrire etc.
- Le Service jeunesse de Prilly : il peut relayer l'information auprès des jeunes qui fréquentent l'établissement
- Si possible, les écoles ou gymnases
- Les autres bibliothèques
- La presse locale
- Les magasins spécialisés
- Les associations de joueurs

4.6.2 Définir ses objectifs à atteindre

Ici, il s'agira dans un premier temps de transmettre les informations pratiques qui permettent à ces personnes de connaître le lieu et la date du rendez-vous, ainsi que la thématique principale de l'évènement.

Deuxièmement, il faudra que le contenu de l'évènement donne envie pour motiver ces publics à venir à la bibliothèque.

Troisièmement, à plus long terme, réussir à créer une image solide de la part de la bibliothèque en tant que fournisseuse de services vidéoludiques.

4.6.3 Définir son message

Il s'agit des informations que nous voulons que notre public retienne. A nouveau, elles vont dépendre du type d'animation. On pourra y retrouver :

- Venir s'amuser à la bibliothèque

- Rencontrer de nouvelles personnes
- Découvrir des jeux vidéo
- Passer un moment en famille autour d'un jeu

Le message dépendra aussi bien de l'objectif fixé par la bibliothèque que du concept et de l'expérience de jeu visée par l'animation.

4.6.4 Définir ses outils de communication

- Imprimés : les flyers et affiches à distribuer et à afficher dans la bibliothèque.
- Site internet : sur la page de nouvelles ou des animations, mettre les informations nécessaires.
- Page Facebook : une notification brève avec les informations pratiques.
- Presse : il peut être intéressant pour la bibliothèque de Prilly de s'appuyer sur les publications du Prill'hérault comme elle le fait généralement pour les animations de contes afin de diffuser l'information auprès des habitants de la commune.

4.6.5 Définir sa ligne éditoriale

Enfin, il faut définir le contenu : généralement pour les animations, il faut les informations suivantes :

- Un titre
- Une brève description
- Le nom des animateurs externes s'il y en a
- Une date et une heure
- Un lieu
- La mention de l'âge requis
- Signifier si les réservations sont obligatoires

Connaître sa cible peut également aider le visuel. Si on s'adresse à des joueurs chevronnés, des captures d'écran du jeu seront les bienvenues.

Si on s'adresse à des enfants, il faut garder à l'esprit que ce seront les parents qui le plus souvent verront et prendront le flyer, il faut donc penser à un ton en conséquence (Czarnecki 2010).

4.7 Le jeu vidéo comme outil de communication

Pour aller encore plus loin, le support vidéoludique peut lui-même être utilisé pour transmettre un message aux usagers de la bibliothèque. Cela nécessite bien sûr des moyens financiers, temporels et techniques pour mettre en place un tel jeu, mais le résultat peut être bénéfique. Cette pratique semble plus répandue dans les bibliothèques académiques que de loisir, sans doute pour essayer de rendre les étudiants autonomes dans leur utilisation des ressources de la bibliothèque.

Généralement, l'objectif de ces jeux tourne autour de la maîtrise du système de classification de la bibliothèque ou de la recherche sur l'OPAC. Parfois le jeu peut être agrémenté d'un scénario fictionnel.

Quelques exemples de la bibliothèque de Carnegie Mellon et de la Fletcher Library : https://libwebspace.library.cmu.edu/libraries-and-collections/Libraries/etc/

http://www.asu.edu/lib/game/

Ce ne sont que deux exemples parmi d'autres bibliothèques.

Ces jeux sont généralement bien reçus par la population des utilisateurs. Parfois, certains manquent de prise en main ou d'ergonomie dans leur interface, et sont considérés comme trop obscures, mais généralement ils sont vus comme un moyen amusant d'apprendre à utiliser les ressources de la bibliothèque.

(Gaming in Academic Libraries, 2008)

Bien évidemment, il est nécessaire à la bibliothèque d'avoir l'appui financier et humain pour réaliser ce genre de jeux. Si une Game jam ou un autre atelier de création de jeux vidéo est organisé par la bibliothèque, il pourrait être intéressant d'utiliser cet atelier pour créer un jeu didactique expliquant le fonctionnement de la bibliothèque comme dans les exemples nommés.

5. Outils et méthodologie

5.1 Débuter

5.1.1 Faut-il être un joueur ?

C'est une question qui interroge les bibliothécaires ne pratiquant pas le média. Peut-on se lancer dans une collection ou des animations de jeux vidéo si l'on est profane ? L'avis des bibliothécaires interviewés diverge, mais le consensus semble être : non, il n'y a pas besoin d'être un passionné ou même un joueur pour gérer ou mener un tel projet.

Cependant, être un joueur aidera sans doute considérablement le projet. Si l'on n'est pas soi-même un joueur, il est intéressant de se mettre en contact avec des joueurs ou des passionnés pour trouver des conseils. Avoir des compétences dans l'équipe peut cependant être une aide précieuse et il faut développer une certaine curiosité (annexe 6). Comme pour les autres collections (littérature jeunesse, BD etc.), il faut développer un minimum de curiosité pour suivre ce qui se fait. Il existe de plus en plus de sites web et de revues spécialisées qui parlent du sujet qui permettent de se renseigner (annexe 14).

Scott Nicholson dans ses marches à suivre propose même d'utiliser son propre manque de connaissance en jeux vidéo pour impliquer des jeunes de la bibliothèque. S'il y a des joueurs dans le public, il peut être intéressant de leur demander leur avis, les impliquer dans la mise en place de la collection, des animations etc. (Nicholson 2012 E).

Un point important est la peur des bibliothécaires novices de ne pas avoir les compétences pour mener un tel projet. Il est important de dissocier la connaissance du média qui est importante pour savoir de quoi on parle, et la compétence de la maîtrise du jeu, « savoir bien jouer », qui n'est pas du tout requis pour gérer un tel service (annexe 4).

Jérémie Théodoloz de la Cité relève qu'il n'y a pas d'obligation d'être soi-même un joueur pour mener ce genre de projet, mais que dans les faits, lorsqu'un nouveau service de jeux vidéo démarre dans une bibliothèque, l'impulsion vient souvent d'un passionné (annexe 2). Dans le même ordre d'idée, pour Carouge, il y a une distinction entre le fait de démarrer complètement un projet de jeux vidéo, où être un joueur va beaucoup aider, et tenir le fonds une fois mis en place, où là tout le monde peut le faire (annexe 1). Pour la bibliothèque de Dardilly, il est indispensable d'avoir des compétences. Il faut faire de la veille (site web, la page Facebook « Jeux vidéo en bibliothèque), discuter avec un fournisseur si possible et pouvoir obtenir des réponses sur les aspects techniques et des conseils (annexe 12).

Mais certains arrivent à lancer des projets novateurs et ambitieux, comme le démontre la médiatrice culturelle de la bibliothèque de Vevey, qui, n'étant pas une joueuse elle-même, a mené le projet de l'espace numérique de la bibliothèque. L'important est surtout de s'entourer de personnes-clés (annexe 5). C'est également l'expérience de la bibliothèque des jeunes de La Chaux-de-Fonds, qui a un service de jeux vidéo qui fonctionne très bien alors qu'aucune des bibliothécaires n'était joueuse ; elles se sont appuyées sur les connaissances de leur collègue Béatrice Larcinese de la bibliothèque

de la Ville pour la mise en place cependant. Elles regrettent également de ne pas être plus connaisseuses pour pouvoir mieux conseiller les parents (annexe 3). Bernadette Huwart, l'initiatrice du projet de la bibliothèque de Chartres n'était pas une joueuse, mais elle reconnaît qu'avoir des personnes dans l'équipe qui le sont aide grandement considérant la complexité du média (annexe 10).

Dans l'idéal, il faut suivre une formation de base, puis arriver à tenir une veille sur les sorties de jeux vidéo sur les sites spécialisés. Et pour mettre en place des animations, regarder dans des sources plus spécialisées en bibliothéconomie, et ce qui se fait ailleurs en bibliothèques (annexe 4).

Béatrice Larcinese de La Chaux-de-Fonds, quant à elle, pense qu'il est nécessaire de connaître un minimum le média. On ne peut pas conseiller sans pratiquer. Mais pour rendre l'approche plus facile, les bibliothécaires peuvent s'orienter vers les jeux consoles, qui sont un peu moins techniques que l'ordinateur. Ce sont des jeux qui sont configurés d'avance pour leur plateforme spécifique, il n'y a pas le problème d'avoir une configuration minimale pour l'installer, là où chaque PC est un peu différent de l'autre (annexe 7).

Pour les médiathèques de Montpellier, être un joueur ou passionné peut faire une différence dans la connaissance du média. Mais il faudrait la diviser en deux catégories distinctes : la connaissance du domaine (l'histoire des jeux vidéo, les sorties récentes etc.) et la connaissance technique (gestion des machines, interfaces, matériel etc.) (annexe 13).

Pour résumer, il n'est donc pas nécessaire d'être joueur ou connaisseur du jeu, mais il faut savoir où chercher l'information, que ce soit auprès des bonnes personnes – idéalement des collègues bibliothécaires qui ont eux-mêmes mis en place un tel service – ou dans la littérature. La réponse se situe sans doute entre deux (annexe 9).

Si on veut transmettre le jeu vidéo à des néophytes, il est moins important d'être passionné que de savoir transmettre ce que l'on veut à son public (Laurent 2011) (annexe 11). On peut dire que les capacités de médiation sont plus importantes que le savoir technique ou la passion – on peut toujours trouver les informations que l'on cherche auprès des bonnes ressources. Mais avoir l'expérience de rendre accessible l'objet culturel est essentiel. On peut ainsi translater ce que l'on pratique avec d'autres domaines culturels (livres, cinéma) aux jeux vidéo.

5.1.2 Actions clés

Pour démarrer son service, quelques points importants peuvent aider les bibliothécaires à lancer leur offre :

- Cibler son public et demander quels jeux il attend (Courtney 2008). Mener une enquête pour savoir ce qu'il attend et a besoin (Bishoff 2015).
- Permettre aux usagers d'utiliser les ordinateurs de la bibliothèque pour du jeu.
- Traiter les questions sur le jeu vidéo comme des questions de référence valides.
- Traiter des imprimés en rapport avec le jeu vidéo (magazine, guides …) (American Library Association 2017).
- Créer des partenariats si possibles. Les magasins spécialisés ont tendance à disparaître mais ils peuvent fournir des conseils d'achats, prêter du matériel et relayer l'information d'un évènement. Des clubs locaux de joueurs peuvent également fournir de l'espace, de l'équipement, voire un public. S'il existe des groupes de seniors, des maisons de retraite, on peut leur proposer des animations ciblées (style Wii Sport) (Courtney 2008).
- Planifier d'acheter le matériel requis pour son service. S'il s'agit d'animations tests, il peut être préférable dans un premier temps de plutôt emprunter du matériel à un partenaire ou une connaissance (Courtney 2008).
    - Le choix de la console : soit la plus récente, soit la génération précédente, qui aura l'avantage d'être un peu moins chers et d'avoir un catalogue plus étoffé.
    - Manettes : prévoir des manettes supplémentaires en fonction du nombre de joueurs pour les jeux multijoueur (compter environ 60 francs suisses la manette chez Interdiscount par exemple). Attention, la majorité des manettes modernes sont sans fil, faire attention au vol ou perte lors d'animations (Courtney 2008).
    - Ecran : si télévision d'occasion, vérifier la compatibilité des branchements avec la console. Le choix d'un projecteur peut offrir une expérience unique à la bibliothèque pour les animations et donc une valeur ajoutée (attention, cependant, plus cher qu'un écran, et il faut le configurer) (Courtney 2008, annexe 3).

Rapport-Gratuit.com

    - Jeux : surtout multijoueur pour les animations jeux libres ou tournois. Pour ce type d'animation, favoriser les jeux qui démarrent vite et dont le tour de jeux se termine rapidement pour faire tourner les joueurs (Courtney 2008).

- Préparer un bouquet de réponses pour les personnes inquiètes (dont parents). Montrer la volonté de maîtrise du service et de l'évènement (Courtney 2008).
- Offrir d'autres sortes de jeux en parallèle (jeux de plateau) (American Library Association 2017) (Nicholson 2012).
- Publicité : faire la promotion du service (Courtney 2008).
- Créer un programme d'animations.
- « Read a like » : créer un système de conseil pour pouvoir orienter les personnes suivant leurs préférences (American Library Association 2017).

L'étape suivante serait de réussir à créer des relations avec les joueurs attirés par le service. Ces joueurs peuvent ensuite servir d'experts pour les bibliothécaires vis-à-vis du média. S'ils deviennent intéressés et investis dans la bibliothèque, cela peut également réduire le taux de vol ou de maltraitance du matériel. Pour créer cette connexion avec les joueurs, il ne faut pas hésiter à expérimenter via les animations (American Library Association 2017).

5.1.3 Choix de la plateforme

Le choix de la console par rapport au PC peut être pertinent, car elles sont techniquement moins dures à gérer : en effet, les jeux sont taillés pour les spécificités techniques de la console, qui sont les mêmes pour tous ses exemplaires. En revanche, chaque ordinateur a des composants différents et les configurations requises des jeux feront que certains ordinateurs ne pourront pas faire tourner les programmes les plus exigeants. Ceci sans parler des différents systèmes d'exploitation (Linux ou Mac OS) (annexe 7).

La différence entre les systèmes va influencer principalement la gamme de jeux que l'on pourra acheter (les licences Zelda et Mario sont des exclusivités Nintendo, Halo pour les consoles Microsoft, Grand Turismo et DDR pour Playstation etc.). Si l'expérience sociale est importante, il faut noter que les consoles Nintendo et la Playstation 2 ont un grand nombre de « party games » (Schmidt 2006).

La bibliothèque de Nyon a opté pour la console 3DS. Elle possède plusieurs atouts ; peu dommage et peu chère, elle peut donc se prêter assez aisément. Son format portable permet également de rendre le jeu sur place disponible sans avoir à aménager d'espace spécifique. Enfin, elle possède un grand catalogue de jeu qui marche très bien auprès du jeune public. Le désavantage viendrait plutôt du côté adolescent, car l'image enfantine de la console ne les attire pas du tout (annexe 4).

Le choix de la console peut être important et doit être fait en suivant les objectifs et les missions de la bibliothèque. La Cheltenham Township Public Library s'est retrouvé face à un choix à faire : la Wii était plus intergénérationnelle sur son public, mais la X-Box 360 possédait un plus grand catalogue de jeu (Courtney 2008). Certaines bibliothèques essaient de couvrir les trois principaux acteurs du marché (Nintendo, Sony et Microsoft) en achetant les trois consoles ; c'est le cas par exemple des bibliothèques de Carouge et de La Chaux-de-Fonds (voir annexes).

Les jeux PC demandent d'avoir des ordinateurs taillés pour le jeu. Les jeux sont un peu moins accessibles que les consoles familiales comme celles de Nintendo, mais ils sont la base de club de jeu récurrent (jeux de rôle multijoueurs, jeux de stratégie…). Ces joueurs enthousiastes cherchent souvent un lieu de rencontre. Pour bien paramétrer des ordinateurs de jeux, il est conseillé de requérir l'aide de son service informatique (ou avoir un « geek » dans le personnel) (Schmidt 2006). Les jeux PC ne sont pas pratiques pour le prêt (cf. le paragraphe plus loin sur le jeu dématérialisé).

Les usagers peuvent être consultés pour choisir la plateforme (Schmidt 2006).

Selon Sarah Perreau, les bibliothèques auraient quatre supports potentiels à jeux vidéo en moyenne dans leurs locaux : généralement des tablettes, des PC et des consoles de salon. Ces consoles sont souvent de générations récentes car il est difficile d'acquérir du matériel qui n'est plus en production (Perreau 2015).

5.2 Créer des animations

5.2.1 Avant l'animation

Avant toute chose, il faut choisir une expérience de jeu et non un jeu ; pour ce faire, il faut penser aux objectifs de l'animation et réfléchir aux interactions qui vont avoir lieu entre les participants de l'animation (Devriendt 2013). Le processus part donc toujours du plus général au particulier. En partant de la mission de la bibliothèque et de ses objectifs, nous pouvons définir le but de l'animation que l'on veut créer, puis ensuite proposer une expérience de jeu qui correspond à ce but, à partir de laquelle nous choisirons un jeu et déterminerons les objectifs opérationnels à mettre en place pour

Rapport-gratuit.com LE NUMÉRO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

parvenir à notre expérience de jeu (Devriendt 2013) (Laurent 2009). Cette réflexion du général au particulier permet également de justifier l'achat du jeu, puisque ce dernier est expliqué par l'expérience de jeu recherchée. (Laurent 2009).

L'erreur serait d'acheter rapidement les derniers nouveaux jeux à la mode, sans penser à quel genre d'expérience ils peuvent offrir. Le fait d'avoir des objectifs clairs permet également après coup de pouvoir évaluer l'animation : l'expérience en pratique s'est est-elle révélée conforme aux objectifs que nous avions posés en amont ? (Laurent 2009).

Scott Nicholson conseille de partir du général au particulier (Nicholson 2012 I) :

1. Définir les missions de la bibliothèque
2. Définir les objectifs de l'animation de jeux vidéo
3. Définir un archétype d'expérience de jeu
4. Choisir le format et le type d'animation
5. Décider du jeu

5.2.1.1 Les objectifs de l'animation

Les objectifs de l'animation doivent suivre les missions de la bibliothèque. Les animations peuvent avoir des buts divers, comme attirer un nouveau public, faire découvrir le jeu vidéo à des néophytes, créer un lien social dans la communauté de la bibliothèque, etc. (Nicholson 2010).

5.2.1.2 L'expérience de jeu

L'expérience de jeu, c'est les conditions dans lesquelles on joue (Devriendt 2013).

Un joueur qui pousse la porte d'une bibliothèque peut être à la recherche d'un jeu – mais souvent il le trouvera facilement via internet. C'est l'expérience de jeu et non le jeu qui poussera le joueur en bibliothèque. (Devriendt 2013).

Il y a plusieurs expériences de jeu possibles à proposer aux usagers ; Scott Nicholson les a réduits à cinq grands archétypes, qu'il résume en le concept SNAKS : Strategy, Narrative, Action, Knowledge et Social (Nicholson 2012 D)

Le premier archétype : strategy (stratégie) : destiné aux joueurs qui aiment réfléchir sur leur façon de changer l'état de jeu et récompense les joueurs qui aiment penser. C'est un archétype qui est là depuis longtemps dans les bibliothèques (depuis que le jeu d'échecs y est), et donc il est plus facile à défendre en bibliothèque que d'autres. Il y a l'avantage d'apprendre des compétences transversales utiles au monde réel (la

planification, la prise de décision…). Du côté des désavantages, il crée des parties longues, demande de l'investissement aux joueurs (donc pas pour tous) et n'est pas taillé pour les activités de groupes ou d'équipes.

Le second archétype : narrative (narration) : une expérience qui se focalise sur le monde du jeu. On y trouve des jeux de rôle ou des jeux de stratégie plus axés sur la narration que d'autres. Cela demande des compétences plus proches de la littérature traditionnelle, car il faut souvent lire du texte et comprendre une histoire. On peut créer des animations pour tous les âges. Généralement, cela donne de très bons résultats, et l'envie aux joueurs de s'investir. C'est un bon outil pour créer des groupes de joueurs fidèles. Du côté des désavantages, cela demande des usagers qui s'investissent dans l'expérience, et ces évènements ne sont pas très compétitifs (plutôt axés sur la coopération, avec des groupes de héros comme le jeu Dofus par exemple). Cela peut aussi demander beaucoup de temps de préparation.

Le troisième archétype : action. L'expérience se centre sur les réflexes, la rapidité et la coordination du joueur. Il se différencie de l'archétype stratégie qui se focalise sur la réflexion précédant l'action elle-même en faisant plutôt primer le bon moment pour agir. Ce sont des jeux au rythme plus rapide, avec des sessions plus excitantes et plus courtes. C'est un choix idéal pour les bibliothèques publiques pour lesquelles la vision récréative du jeu va de pair avec l'idée de loisir. C'est un très bon choix pour les populations les plus jeunes. Cependant, c'est un genre d'expérience plus facilement critiqué ou plus difficile à défendre.

Le quatrième archétype : knowledge (connaissance), axé sur les jeux éducationnels ou de culture générale. C'est une expérience plutôt dédiée aux bibliothèques scolaires ou académiques plus que publiques. Mais elle est très facile à justifier puisqu'en lien avec la connaissance. Cette expérience est accessible aux débutants, puisque ce sont des jeux qui se basent sur la culture générale des participants plutôt qu'un savoir-faire lié au maniement du jeu. On peut facilement créer du lien entre les différents groupes de personnes (générations etc.). Le désavantage : les « serious games » sont rarement intéressants d'un point de vue gameplay, car il n'y a pas souvent de véritables mécaniques ; il s'agit souvent de questionnaires déguisés. Il faut préférer les adaptations de jeu de plateau style Trivial Pursuit ou de jeux télévisés de culture générale.

Le cinquième archétype : social. Le centre de l'expérience est fait des interactions sociales (par rapport au jeu ou en dehors) entre les participants. Les jeux utilisés sont des jeux à fort accent social de type « party games » (Mario Party, Mario Kart, Wii Sport

etc.). Ces jeux récompensent peu la compétence du joueur et laissent une bonne place à la chance ; la compétition n'est donc pas très importante, on favorise plutôt l'investissement des joueurs. C'est un bon choix pour créer une connexion dans une communauté d'usagers. Ce type de jeux est aussi bon pour mélanger les publics. Du côté des désavantages, l'expérience de jeu peut être assez bruyante et les joueurs timides peuvent avoir plus de mal à s'intégrer.

En fonction de l'objectif de l'animation et des buts de la bibliothèque, nous choisissons l'un des archétypes. Il est important de le sélectionner avant de choisir son jeu, car les jeux peuvent souvent correspondre à plusieurs expériences (un jeu de stratégie en temps réel peut aussi bien toucher à l'action (rapidité d'action par rapport à son adversaire) que la stratégie. Le jeu de tir Team Fortress comprend une composante action mais aussi stratégique car l'équipe doit jouer ensemble pour vaincre l'équipe en face. Les « party games » ont souvent un aspect connaissances en plus de l'aspect social. Les « action RPG » mixent l'action et la narration, etc.) (Nicholson 2012 D).

5.2.1.3 Le format et le type de l'animation

Une fois l'archétype choisi, nous pouvons choisir le format de l'animation. Il y a cinq grands choix pour guider la forme de l'animation :

1. Jeu libre ou tournoi : est-ce que les usagers accéderont librement aux différents postes ou devront-ils entrer dans le cadre d'un tournoi organisé ?
2. Joueur seul ou en équipe ?
3. Evénement unique ou sur plusieurs sessions (suivant la longueur du jeu) ?
4. Le rôle de la chance contre le rôle de la compétence : quel degré de chance désire-t-on dans le jeu – les jeux plus basés sur la chance permettent d'avoir des participants moins connaisseurs.
5. Jouer ou créer ? (Nicholson 2012 D).

Il faut également décider et garder à l'esprit les notions suivantes :

- Le public visé
- L'espace nécessaire
- Le temps de la session
- L'équipement nécessaire

- Les ressources humaines à avoir sous la main pour accompagner les joueurs ? (Devriendt 2013).

Une fois le format choisi, il faut sélectionner le type d'animation. Une animation où l'on joue, une animation où l'on crée, une conférence etc. (voir le chapitre sur les animations).

Il peut être intéressant également de planifier une série d'évènements plutôt qu'un seul, afin que le bouche-à-oreille puisse agir (Levine 2006).

5.2.1.4 Le choix du jeu

Le type d'animation choisi, il faut ensuite sélectionner un jeu. Il faut prendre en compte plusieurs critères qui peuvent faciliter le choix du jeu (Nicholson 2012 E) :

- Chance : le rôle de la chance dans le jeu (fort ou faible). Quel poids aura la chance par rapport à la maîtrise du jeu ?

- Complexité : à quel point le jeu est complexe. Les animations en jeux libres ou découvertes demandent des jeux peu complexes (les participants devant rapidement entrer dedans et pouvoir passer de l'un à l'autre), alors qu'un Gaming club régulier demandera un jeu avec suffisamment de profondeur pour pouvoir faire plusieurs sessions dessus.

- Compétition / coopération : certains jeux sont plutôt axés sur la coopération (Portal 2, Journey) ou sont plutôt compétitifs (tous les jeux de combat, comme Street Fighter). Il faut choisir un degré de compétition voulu pour l'animation. Certains usagers aiment la coopération, d'autres plutôt la compétition. Certains jeux possèdent les deux éléments à la fois.

En 2006-2007, Scott Nicholson constate que dans les bibliothèques américaines, les jeux consoles sont déjà favorisés par rapport aux jeux PC pour les animations. Les jeux les plus populaires à cette époque comptent Guitar Hero, DDR, Wii Sports, Mario Kart, Super Smash Bros, Madden Football, Rock Band et Halo (Nicholson 2012 C).

Une fois le tout en place et la date fixée, on peut lancer la promotion de l'évènement (Schmidt 2006).

5.2.2 Durant l'animation

5.2.2.1 Accueil

Pour créer une expérience de jeu véritablement unique, durant l'animation, il peut être avisé de mettre en avant d'autres ressources de la bibliothèque (Devriendt 2013). Par

exemple des livres sur le thème de la danse sur une table lors d'une animation « Just Dance » (Nicholson 2012 H).

Il est important de prévoir un espace détente pour les joueurs ayant fini leur tour de jeu ou attendant de pouvoir jouer (Devriendt 2013) – avec notamment de quoi boire et manger ; attention à la nourriture salissante, préférez des choses peu grasses, des boissons non sucrées ou bien fermées. L'eau en particulier peut être très importante si les jeux sont physiques, comme des jeux de danse par exemple (Levine 2006). Il faut prévoir de l'eau surtout s'il s'agit d'un jeu physique comme Wii Sport ou un jeu de danse (Nicholson 2012 H). Un éclairage tamisé peut aider également les jeunes à être à l'aise, en essayant d'accentuer le côté récréatif de l'évènement (Levin 2006). Des poufs et des coussins pour se vautrer sont un grand plus (annexe 3).

Si l'atelier comprend plusieurs jeux, le rôle du bibliothécaire animateur est de conduire les joueurs d'un jeu à l'autre, de leur faire des propositions par rapport à leurs attentes. Diviser les jeux en plusieurs parties plus courtes peut être une idée pour que tout le monde puisse tout essayer. Créer des groupes de joueurs et les faire jouer ensemble est un point important si l'aspect social est un des thèmes de l'animation. Pour les jeux populaires, il est possible de penser à un système de règles ou d'attente (tickets).

Ne pas oublier de parler des règlements de l'animation (Nicholson 2012 H).

5.2.2.2 Matériel

Dans une animation à plusieurs postes, les jeux où le son est important (type Guitar Hero etc.) ne doivent pas être placés trop près les uns des autres, sinon leurs bandes-son se télescopent l'une l'autre. Si un jeu est projeté sur beamer, il peut être intéressant de valoriser aussi le son avec une enceinte. Il ne faut pas oublier que l'idée est de créer une expérience de jeu que les usagers ne peuvent pas avoir chez eux : amener des enceintes et un projecteur peuvent apporter ce côté unique à l'expérience (Schmidt 2006).

Les câbles des différentes installations doivent être arrimés le mieux possible (gaines ou scotch) afin d'éviter aux participants de trébucher.

Les manettes sans fil peuvent circuler très vite entre les participants et demandent de garder l'œil ouvert pour qu'elles ne soient pas emportées en dehors de la zone d'animation. Ne pas oublier les batteries de rechange pour ces manettes sans câbles.

5.2.2.3 Durée

La durée d'une animation dépendra bien sûr de son type. Il faut toutefois considérer que deux heures pour un tournoi ou du jeu en libre accès est un maximum pour une séance – après, la gestion devient épuisante pour les bibliothécaires. Pour rallonger la rentabilité la mise en place du matériel, il est possible de créer deux ou trois sessions en une journée à différentes heures de la journée avec des groupes différents (Nicholson 2012 H).

5.2.3 Evaluer l'animation

Il est important d'évaluer l'animation pour pouvoir y apporter des changements nécessaires pour une prochaine occurrence. Pour évaluer, il faut suivre le chemin inverse de la création de l'animation, et remonter de l'évènement aux objectifs de la bibliothèque ; a-t-on atteint les buts que nous nous étions fixés ? (Nicholson 2012 I).

Dans l'idéal, il ne faudrait pas se contenter de récolter l'avis des usagers mais également récupérer de façon systématique des données sur l'animation. Elles permettent notamment de documenter un rapport annuel (Nicholson 2012 I).

Nous pouvons diviser l'évaluation en trois étapes :

1. Documenter ce qui a été fait (noter les jeux sélectionnés, le matériel utilisé, le type d'animation, le personnel utilisé). Ces données peuvent être utiles pour un rapport annuel. Prendre quelques photographies peut également aider.

2. Relever combien de personnes (usagers et personnel) sont présentes à quel poste, afin de connaître les préférences des usagers et de savoir si le personnel de bibliothèque était suffisant. Il faut noter ces chiffres pendant l'animation puis créer un tableau avec la liste des jeux / postes. Il est conseillé de diviser le temps de l'animation en trois ou quatre afin de pouvoir mieux estimer l'évolution dans le temps des différents postes.

3. Récupérer l'avis des participants. Il faut mettre à disposition un questionnaire (papier ou numérique) aux usagers à remplir sur place avant qu'ils quittent la salle. Le répondant doit pouvoir laisser son e-mail pour être informé des prochaines animations si la bibliothèque décide d'utiliser la forme newsletter pour informer ses usagers (Nicholson 2012 I).

Quelques questions intéressantes à poser aux usagers :

- Connaître leurs jeux préférés lors de cette animation (si plusieurs jeux) afin de cerner ce qui a fonctionné. Savoir quels jeux ils aimeraient voir à la bibliothèque.
- Une ou plusieurs questions sur les buts du programme (par exemple, si l'animation était centrée sur l'aspect social, demander s'ils ont rencontré de nouvelles personnes).
- Demander si c'est une première animation pour eux ou s'ils sont déjà venus ; demander s'ils pensent revenir également.
- Une question sur l'opinion de la bibliothèque avant et après l'introduction du service ; l'idée est de savoir si l'impact du programme est positif sur l'avis des usagers, pour pouvoir justifier nos actions.
- Les questions démographiques d'usage (genre, âge etc.).

5.2.4 Heure du conte numérique

Combien de sessions : compter 1h30 maximum par session. Il faut souvent plus d'une séance pour finir les jeux d'aventure. Un jeu comme Machinarium par exemple s'adapte bien car l'histoire est découpée en chapitres.

Temps pour démarrer l'intrigue : pour une session courte, il faut trouver un jeu qui entre rapidement dans le vif du sujet et dont la difficulté n'est pas trop élevée. Un exemple amené par Laurent sur son blog est Monkey Island 3 – qui s'y prête très bien car c'est également une comédie.

Difficulté : d'une manière générale, il faut faire attention aux plus vieux point'n'click : ceux des années 80 étaient beaucoup plus punitifs, avec des situations où le jeu est bloqué et beaucoup de morts qui amènent à un « Game Over » contrairement aux point'n'click des années 90 types Monkey Island qui sont beaucoup plus accessibles et permettent les essais sans trop punir le joueur (Laurent 2010).

Connaître le jeu : soit en y ayant déjà joué ou en regardant un « playthrough » sur internet. Il est important que l'animateur se prépare et connaisse les solutions.

« Dans les épisodes précédents … » : il est important de trouver un moyen pour résumer ce qu'il s'est passé à quelqu'un qui a loupé une séance (par exemple, un résumé du conteur avec une vidéo à l'appui …).

Interaction : le curseur passé sur les éléments du décor montre généralement rapidement lesquels sont interactifs ; cela permet au conteur de rapidement lister les objets au public et de demander des suggestions (Laurent 2010).

Accompagner le public : le jeu est facile au début, ce qui permet de faire plus intervenir le public. Mais une fois que les choix se ramifient, il est important de bien aiguiller. Egalement pour ne pas perdre trop de temps ou être trop passif, il faut trouver un équilibre entre les suggestions du public et les décisions du conteur pour faire avancer l'histoire (Laurent 2010).

5.2.5 Tournoi

Il est important d'établir les règles avant le tournoi (à la fois concernant les conditions de victoires / défaites, mais aussi le déroulement de la séance et le comportement des participants).

Le système d'élimination doit être le plus simple possible et ne pas prendre trop de temps. Il peut être intéressant d'impliquer les usagers (un jeune pour faire l'annonceur par exemple) Obtenir une sauvegarde du jeu de la part d'un joueur qui l'a fini à 100% est utile pour avoir toutes les options disponibles (par exemple, tous les personnages à Mario Kart). (Levine 2006).

Il est important d'avoir un tableau des scores visible. Un « maître de cérémonie » qui commente les matchs en cours peut être un plus. S'il est possible de faire des évènements en équipe, cela peut augmenter l'aspect social (Levine 2006), attention toutefois aux tensions dans les équipes (annexe 4).

Enfin, il faudrait également attendre un peu au début de l'heure de jeu avant de lancer le vrai tournoi, afin de permettre d'éventuelles inscriptions tardives – il est possible de commencer l'après-midi par un peu de jeu libre pour les personnes à l'heure (Levine 2006).

5.2.6 Création de jeu vidéo

Il existe trois approches pour créer un jeu vidéo : les outils professionnels, le modding et les outils dits « de langages virtuels ».

Les outils professionnels regroupent les supports utilisés par les développeurs comme le kit de développement Unreal, Unity 3d etc. Beaucoup de ces outils sont gratuits tant que l'utilisation faite n'est pas commerciale. Le problème est qu'il s'agit d'outils vraiment complexes à cause du langage de programmation qu'ils utilisent ; apprendre l'outil et préparer l'atelier demande beaucoup trop de temps. L'extrême consisterait même à

Rapport-Gratuit.com

utiliser du code pur, ce qui offrirait encore plus de liberté de création mais demanderait encore davantage de temps à apprendre (le métier de programmeur prend des années pour maîtriser ce genre de langage).

Le modding consiste à apporter des modifications à des jeux existants ; certains créateurs encouragent ce genre de pratique pour augmenter la durée de vie et l'intérêt de leur jeu à moindre cout grâce à leur communauté. Certains développeurs intègrent eux-mêmes des éditeurs accessibles dans leur jeu qui permettent d'éditer facilement des niveaux de jeux. Cet outil est intéressant pour le design de niveau, mais il limite la création au cadre du jeu de base.

Les outils de langages virtuels représentent la solution la plus pertinente pour un atelier d'amateurs en bibliothèque ; il s'agit de logiciels de création de jeux vidéo qui offrent des interfaces de créations visuelles. Les acteurs, les scènes et objets sont rangés en catégories, et peuvent être liés les uns aux autres par des systèmes d'attributs. La partie langage de programmation en est largement allégée, voire parfois absente. Un des exemples les plus connus est le logiciel Game Maker Studio.

L'auteur du site Medialab recommandait jadis le logiciel GameSalad mais depuis que celui-ci est passé à un système d'abonnement, il a reporté son choix sur le logiciel Construct 2 (Jean 2014).

5.2.7 Sans matériel

Il est toujours possible de créer de la médiation sans posséder de matériel (Schmidt 2006) :

- Organiser une animation où les usagers amènent leur propre console portable (3DS, PSP etc.) ou téléphone mobile. Il est à noter que les DS et 3DS peuvent jouer en réseau sans avoir de connexion internet. Par exemple, la Madisonville Public Library organise les vendredis après-midi des « Laptop Lab » : les participants sont invités à venir jouer en ligne pendant 1h30 avant la fermeture de la bibliothèque (Courntey 2008).

- Créer une sélection de site web de jeu / de jeux en ligne sur navigateur pour les enfants sur les postes de la bibliothèque.

- Il est possible d'amener son propre équipement (Schmidt 2006) ou de demander aux autres bibliothécaires, à des amis ou à des revendeurs de jeux vidéo s'ils peuvent prêter du matériel pour une animation (penser que le minimum est une console. Si on envisage un certain nombre de participants, il faut prévoir plusieurs appareils).

- Si le personnel de la bibliothèque manque vraiment de connaissance dans le domaine, on peut faire s'investir les adolescents et jeunes adultes joueurs parmi les usagers pour organiser une activité autour des jeux vidéo (The Atlantic Provinces Library Association 2016).

Il faut aussi noter que l'on peut panacher les jeux vidéo avec des jeux de plateau lors d'une animation et ainsi avec une ou deux consoles servir un public même important comme cinquante enfants (Schmidt 2006).

5.3 Espace

5.3.1 Animations dans les locaux ou en dehors

Faut-il avoir un espace dédié aux animations en dehors de la bibliothèque ou alors faire se dérouler les animations in situ ? C'est une question qui revient régulièrement. Il n'y a pas de réponse totalement satisfaisante mais un ensemble d'avantages et d'inconvénients. La question s'applique également au jeu sur place.

Isoler l'activité permet aux joueurs d'avoir de meilleures conditions de jeu et de respecter les autres usagers de la bibliothèque au niveau bruit et utilisation de l'espace (annexe 2). Un environnement clos aide à surveiller que personne ne parte avec du matériel (Nicholson 2012 H). Clôturer l'activité ludique pose aussi un cadre qui permet de jouer en collectivité autour des règles du jeu, et d'avoir un référentiel spatial. Les accompagnateurs adultes peuvent alors choisir de prendre part ou non au jeu (Drès 2010).

En revanche, cette isolation met à l'écart la pratique du jeu vidéo. Elle empiète aussi sur l'aspect social, et également « publicitaire », qu'offre la vue de l'animation en cours aux autres usagers curieux, qui peuvent alors se laisser tenter de se joindre à l'évènement. Dans une pièce séparée, il est difficile aux personnes qui n'étaient pas au courant de venir se joindre à l'animation sur un coup de tête.

Généralement, les bibliothèques qui pratiquent leurs animations de jeux vidéo dans les locaux de la bibliothèque le font souvent parce qu'elles n'ont pas d'autres pièces à disposition (c'est le cas de la bibliothèque de Nyon par exemple). Mais parfois, c'est un choix libre, comme pour la bibliothèque de la Ville de La Chaux-de-Fonds, qui dispose de plusieurs salles multimédias adaptées à certaines animations jeux, mais d'autres ont lieu dans la pièce principale du service de prêt ; tout dépend de l'expérience visée (annexe 7).

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

Selon Scott Nicholson (2009), le Library Gaming Census Report montre que seul 10% des autres usagers se disent dérangés par les activités de jeux vidéo en bibliothèque (Gaudion 2014). Il conseille néanmoins de bien baliser l'activité (Nicholson 2012 H).

Quatre zones reviennent régulièrement dans un espace de jeu (Drès 2010) :

- Une zone de prélude, où les gens peuvent accéder à l'espace
- L'espace ou les espaces de jeux (si plusieurs postes).
- L'espace de circulation entre les différents postes – cette zone permet des rencontres informelles, de transitionner d'un jeu à l'autre.
- L'espace « logistique » du rangement du matériel.

5.3.2 Jeu sur place

Si l'option de la consultation sur place est envisagée, il faut prévoir des espaces en conséquence. Pour une console de salon et l'équipement télévisuel, il faut prévoir un espace de six mètres carrés au minimum (Gaudion 2014). Si possible un espace où faire du bruit est possible. Rendre l'espace visible et accessible est également un plus pour sa publicité et pour la facilité de navigation des usagers (Gaudion 2014).

A noter, si la console à disposition sur place est une console portable (style 3DS) ou une tablette (Switch ou autre tablette), l'espace requis est moindre car la console peut s'utiliser un peu n'importe où – c'est le cas pour les 3DS mise à disposition à Nyon (annexe 4), à l'instar des tablettes actuellement mises à disposition dans l'espace jeunesse.

Si le bruit peut être un obstacle, il est possible d'ouvrir les heures de disponibilité de l'espace de plages horaires précises afin de déranger le moins possible les autres usagers. Il faut ensuite bien avertir les autres usagers des heures qui peuvent être bruyantes, et respecter un horaire régulier pour les joueurs comme les autres usagers (Czarnecki 2010). Cependant, il est noté que les usagers sont rarement dérangés par le jeu (Drès 2010).

Les ordinateurs de la bibliothèque sont généralement utilisés de façon libre pour le jeu en ligne dans les bibliothèques proposant du jeu vidéo (Drès 2010).

Si l'espace est un espace ouvert, la pratique individuelle du jeu vidéo est moins aisée, car il y aura le regard des autres usagers sur l'écran (Drès 2010).

5.3.3 Rayonnage

Si la bibliothèque opte pour une collection de prêt, il faut prévoir un rayonnage ou des bacs permettant la mise à disposition des boîtiers pour les usagers (Gaudion 2014). Les jeux pour consoles se trouvent normalement dans des boîtiers au format approchant le DVD, donc penser à quelque chose de similaire à un espace pour une collection de films. En revanche, les consoles portables comme la 3DS de Nintendo ont souvent des boîtiers et des cartouches plus petites en tailles, qui peuvent tenir dans un espace plus restreint.

La bibliothèque des jeunes de La Chaux-de-Fonds range les jeux destinés au prêt dans des boîtes extrêmement petites, ce qui n'empêche pas le succès de sa collection (annexe 3).

Au niveau de la sécurité, il faut trouver un équilibre entre l'accès facile de l'usager et la prévention des vols. Sortir les jeux à la demande peut augmenter le travail des bibliothécaires. Si l'objectif du jeu vidéo est par exemple d'augmenter le prêt général de la bibliothèque, il faut faire attention que la politique de prévention n'aille pas à l'encontre de cet objectif. Cacher la boîte est plutôt mauvais pour la mise en avant de la collection, cela engendre une diminution du prêt. Il faut trouver un équilibre entre la possible baisse de circulation due à une faible visibilité des documents et le vol possible d'objets trop peu sécurisés (Team G 2011). Les deux grands systèmes classiques sont soit une boîte antivol si on en a le budget, ou, moins cher, un boîtier vide et les CD présents au bureau de prêt. Il faut également considérer à protéger les consoles de prêt contre les chocs éventuels (Buchanan 2012).

5.4 Formations

Le bibliothécaire s'ouvre à une nouvelle forme de divertissement, ce qui le pousse à adopter une nouvelle attitude plus active et participative et à adopter un nouveau comportement (Drès 2010).

Suivant la taille de l'équipe, il peut être intéressant de faire passer un test anonyme pour avoir une idée générale de connaissance des jeux vidéo avant de proposer une formation (annexe 7).

La bibliothèque de la Cité envisage deux formations. Une première généraliste, de culture générale sur le jeu vidéo, pour tous les bibliothécaires et particulièrement ceux en contact avec les usagers. Une seconde formation pour les animateurs, plus en profondeur sur l'aspect technique (comment démarrer une console, les options etc.) afin d'assister les usagers durant les animations. Les chefs de pôles reçoivent également une formation sur la médiation au-delà du cadre du jeu vidéo.

La responsable du service jeux vidéo de La Chaux-de-Fonds avait suivi une formation donnée par la BNF sur les jeux vidéo en bibliothèque – en 2014, il n'y avait rien en Suisse (annexe 7).

La bibliothèque de Nyon a fait suivre à l'entièreté de l'équipe une formation de base par le game designer Sandro dall'Aglio ; cette formation rapide reprend les éléments de base du cours donné à l'HEG en littérature jeunesse (annexe 4).

Du côté français, la médiathèque d'Alfortville a fait suivre à ses collaborateurs une formation de l'ABF, donnée sur place dans les espaces de la bibliothèque (annexe 8). Les bibliothécaires de la ville de Belleville ont suivi une formation à la Gaîté Lyrique à Paris, sur deux jours, consacrée aux jeux vidéo en bibliothèque (couvrant les questions de droit, de types de jeu etc.) (annexe 9). La meneuse du projet de la bibliothèque de Chartres a suivi un stage à la BNF, puis plusieurs formations ont été faites en interne aux équipes grâce à un spécialiste de la BNF qui s'est déplacé pour sensibiliser au média (annexe 10). La personne responsable du service à la bibliothèque de Chassieu a suivi la formation « Les jeux vidéo en bibliothèque : une activité culturelle » par le CNFPT – très théorique, mais très intéressante pour découvrir les différents genres de jeux vidéo (annexe 11). Cette formation a été aussi suivie par les bibliothécaires de Montpellier. Le responsable a également donné des formations lui-même à son équipe (annexe 13).

Il ne faut pas non plus négliger les formations plus informelles ; la bibliothèque de la Cité évoque les ateliers « joystick-sandwich », où les participants se retrouvent autour d'un jeu lors d'une pause déjeuner, idéal pour faire découvrir un jeu aux autres bibliothécaires (annexe 2). Les bibliothèques de la Ville de La Chaux-de-Fonds, d'Yverdon-les-Bains, de Carouge et de Chartres ont également fait des sessions de jeux entre collègues, car il n'y a selon eux rien de plus formateur qu'avoir la manette entre les mains. Il faut prévoir des jeux artistiquement fédérateurs et accessibles d'un point de vue gameplay et difficulté (annexe 1, 6, 7, 10). Il est important aussi de pouvoir faire jouer à l'équipe les nouveautés acquises de temps à autre (annexe 4).

Il ne faut pas non plus négliger l'aspect technique ; il est idéal qu'au moins une personne dans l'équipe de la bibliothèque maîtrise la ou les plateformes acquises par la bibliothèque pour pouvoir assister les usagers (annexe 4). La bibliothèque Vaclav Havel de Paris forme elle-même ses collaborateurs aux consoles nouvelles et organise des rencontres entre les bibliothèques de Paris pour discuter régulièrement du média (annexe 14).

5.5 Sélection des jeux

Avant d'acheter ses propres jeux, il est possible d'organiser des évènements sans matériel – soit en amenant du matériel personnel, soit en l'empruntant à des personnes ou des institutions, soit en organisant une animation « amenez votre matériel » (mais cela demande de faire très attention à la sécurité pour ce dernier cas). Certains acteurs de l'industrie peuvent prêter du matériel ou fournir des versions démos de jeux (Nicholson 2012 G).

Il faut toujours prendre en considération le public visé -notamment pour l'âge (Gaudion 2014), ainsi que les manques (si la collection est déjà existante). La collection se construit de façon similaire à une autre collection de bibliothèque, comme les livres. Mais il y a quelques particularités, comme par exemple le choix de la plateforme qui fera tourner les jeux : il est intéressant de savoir quelles consoles possèdent les usagers de la bibliothèque (Nicholson 2012 G).

Les jeux avec des images violentes doivent respecter la politique de la bibliothèque de la même manière que les autres documents présentant de la violence. Il y a de bonnes alternatives aux jeux de combat sanglant comme Super Smash bros qui n'a rien de gore (Nicholson 2012 H). Les jeux de tir à la première personne ont longtemps été dominés par des jeux sanglants, mais de plus en plus d'alternatives pour tous les âges existent aujourd'hui (Lovely Planet, Overwatch, Team Fortress…).

Dresser une charte avec des critères peut aider à unifier et simplifier la sélection et l'acquisition (Gaudion 2014).

Le genre de jeu : les jeux de tir à la première personne (FPS) par exemple sont plus difficiles à justifier en bibliothèque, mais sont populaires chez les jeunes (Gaudion 2014).

Les jeux en prêt ou en animations sont différents du point de vue de la longévité. En ce qui concerne la durée de vie pour une collection de prêt, les jeux ont une courte durée de vie, plus encore que les films. Les jeux qui vieillissent sortiront peu en prêt, et cela force la bibliothèque à courir après les nouveautés. En revanche, les consoles et jeux anciens ont un grand intérêt pour les animations. On peut exploiter plus facilement les vieux jeux car ils sont alors utilisés dans un contexte et non tout seul – du coup les achats d'occasion sont possibles et il est moins nécessaire d'acheter les nouveautés au prix fort pour ce type de service. L'expérience de jeu prime sur le jeu. Les jeux anciens permettent aussi d'organiser des évènements sur le retrograming par exemple (Nicholson 2012 G).

Les dons peuvent être une source intéressante pour agrandir la collection, mais il faut garder à l'esprit qu'il demande le travail d'être traités. Une solution possible est de créer une « wish list » de la bibliothèque pour que l'usager puisse savoir si son don est utile ou pas (Nicholson 2012 G). Les dons peuvent être immédiatement soumis aux critères de désherbage pour ne pas perdre du temps à cataloguer de mauvais jeux (Team G 2011).

Si une collection de prêt ou de jeu en libre accès est envisagée, intégrer la console de support dans la collection est intéressante, car cela rallonge la durée de vie des jeux puisqu'ils pourront continuer d'y jouer grâce au matériel de la bibliothèque (Buchanan 2012).

5.5.1 Critères

Quelques critères de sélection par rapport aux missions de la bibliothèque (Team G 2011) :

- Types de collections : (prêt, sur place, animation).
- Public de la collection : bibliothèque de loisir ou d'étude, jeunes, adolescents, adultes etc.
- Âge du jeu (PEGI).
- Plateformes de jeu : type de console sur lequel tourne jeu.
- Les genres de jeux représentés (Buchanan 2012).
- Collection d'objets ludiques en plus des jeux (accessoires de console, guides, journaux sur les jeux, tout ce qui a rapport au jeu).
- Revues et recommandations.

Critères de jouabilité sur six niveaux différents (Sanchez 2012) :

- Le cœur du jeu : intérêt des règles, des buts, dosage de la difficulté, intérêt des récompenses …
- Le moteur du jeu : qualité de l'aspect technique (rendu des textures, intelligences artificielles des personnages non-joueurs, nombre d'images par seconde, bugs éventuels …)
- L'apparence : intérêt de la patte graphique, de la bande-son, de l'histoire, de la narration …

- L'interface : ergonomie de la configuration ou possibilité de personnalisation des touches ou de la manette, ergonomie de l'interface du joueur, clarté et rapidité de l'information …

- Le ressenti du joueur : taux d'amusement, pourcentage du jeu terminé, nombre d'essai pour terminer un défi …

- Les interactions entre les joueurs (si multijoueur) : identification claire des différents joueurs, rôles, interactions sociales intéressantes, amusement du groupe …

Mais le plus important est encore comment le jeu remplit la mission de la bibliothèque ou le but de l'animation. (Team G 2011). Les jeux multijoueur en écrans splittés sont généralement le meilleur choix pour les animations. Il est aussi important de représenter les principaux types de jeux vidéo et de posséder les jeux les plus appréciés par genres (Buchanan 2012).

Le statut culturel du jeu vidéo est de plus en plus reconnu ; il se peut qu'à moyen terme des chercheurs, professeurs et étudiants aient besoin de titre historiquement marquant ou même obscur mais ayant un intérêt pour l'analyse. Il est intéressant de se renseigner auprès de sources faisant des analyses de fond sur ces aspects (Buchanan 2012).

Certains jeux sont des classiques intemporels – on pourrait citer Zelda : Ocarina of Time par exemple – qui intéresseront toujours les joueurs. Il y a aussi la passion de certains joueurs adultes pour le retrogaming (on considère rétro ce qui a entre 15 et 20 ans). Mais il faut garder à l'esprit que la majorité des usagers préfèrent les jeux récent (Buchanan 2012). Le retrogaming est plus facile à mettre en place lors d'animations, car le jeu est choisi dans un contexte. S'il est jugé nécessaire d'avoir le véritable matériel d'époque, il vaut mieux s'adresser à des associations qui les préservent. Si ce n'est pas le cas, l'émulation fonctionne très bien – sur les chaînes en ligne des consoles (X-Box Live Arcade etc.) ou la plateforme GOG (Good Ol' Games) pour PC. Parfois, il peut y avoir des remakes d'anciens jeux qui ressortent en version physique (par exemple Ocarina of Time 3D). Le gros avantage du retrogaming est de permettre d'expliquer l'histoire du média et de créer des ponts entre les générations de joueurs (Perreau 2015).

5.5.2 Sources d'informations

Il faut visionner les principaux sites web et journaux d'information sur les jeux vidéo : Gamasutra, IGN, 1up.com, Joystiq, Metacritic… (Team G 2011).

La littérature professionnelle pour les bibliothèques peut offrir des conseils sur les jeux vidéo spécifiquement destinés aux institutions de lecture (Buchanan 2012).

Il ne faut pas hésiter à parler à des spécialistes du domaine bibliothéconomique qui se sont mis aux jeux vidéo ou peuvent orienter et leur faire part des objectifs de notre bibliothèque. Les revendeurs spécialisés sont aussi une bonne source d'information mais ils deviennent rares (Nicholson 2012 G). Il ne faut pas hésiter à investir les adolescents ou bibliothécaires connaisseurs pour partager leur expertise sur les achats (Team G 2011).

La bibliothèque des jeunes de La Chaux-de-Fonds utilise le magazine « Jeux vidéo junior », à la fois comme source d'information pour les bibliothécaires et comme périodique pour les jeunes. Elle utilise également la Revue des livres pour enfants, éditée par les Bibliothèques de France ; ce journal professionnel traite aussi bien des livres que des jeux et des applications, via des critiques, des articles de fond et des dossiers (annexe 3).

La bibliothèque de Chassieu utilise de nombreuses ressources en ligne (site internet, vidéastes YouTube), les travaux disponibles sur le site de l'ENSSIB, la page Facebook « Jeux vidéo en bibliothèque » ainsi que plusieurs livres spécialisés :

> *[...] « jeux vidéo en bibliothèque » ISBN 978-2-900177-39-6, « Jouer en bibliothèque » ISBN : 979-10-91281-54-6), des livres sur le jeu vidéo (« le petit livre du jeu vidéo » ISBN : 978-2-501-09703-1, les éditions pix'n'love […]*

Elle cite également les usagers qui aiment partager leurs connaissances du jeu vidéo (annexe 11).

Enfin, le document de référence de Julien Prost, disponible sur la page de Bibliomedia, donne une liste de sources pour réaliser sa veille sur le jeu vidéo. Cette liste de liens comprend les principaux sites web, les imprimés (livres et magazines), des films, ainsi que des pages et des personnes à suivre sur les réseaux sociaux (Prost 2015).

Le document est disponible à l'adresse :
http://www.bibliomedia.ch/fr/offres/offres_bibliotheques/Jeux_video/2015-05_jeux_video_en_bib_support_de_cours.pdf

5.5.3 Monographies et périodiques sur les jeux vidéo

Il est conseillé pour les bibliothèques ayant un public d'adolescent de souscrire à des magazines sur le jeu vidéo (Buchanan 2012). Ils peuvent être mis en valeur en plaçant les dernières parutions dans le coin adolescent ou près d'un poste informatique. Les numéros devenant vite obsolètes à cause de l'évolution rapide de l'actualité

vidéoludique, il faut prévoir un catalogage qui ne soit pas trop lent (Welch 2008). Les guides stratégiques peuvent également être intéressants pour les joueurs (Gallaway 2012).

Il y a des livres qui parlent du jeu vidéo, soit dans leur intrigue ou leur thématique (comme Virtual War) (Welch 2008), ou qui s'y apparentent dans leur construction (les livres dont vous êtes le héros par exemple). Il peut donc être intéressant de proposer des livres aux usagers joueurs, tout en gardant à l'esprit que les jeux sont des documents culturels valides en eux-mêmes, et qu'il n'est pas obligatoire de forcer ces usagers à passer à ce type de document.

Parmi les livres qui peuvent répondre aux besoins des joueurs, on trouvera les livres tirés d'univers d'un jeu (par exemple Halo, WarCraft…) ou les expériences transmédias (l'univers Dofus, qui se décline autant en bande dessinée, en jeu ou en dessin animé), ou inversement, les livres qui ont inspiré un jeu vidéo (The Witcher par exemple). Il faut parfois faire attention à des adaptations publicitaires de piètre qualité, et évaluer le livre comme tout autre document avant l'achat (Gallaway 2012).

5.5.4 Désherbage

Le désherbage est rarement pratiqué pour les jeux vidéo, soit parce que la collection est très récente, soit parce que le désherbage est contraire aux objectifs, ou encore parce que les jeux anciens sont toujours populaires auprès des usagers.

S'il y a besoin de désherber, il faut considérer des critères similaires autres collections pour les jeux :

- Nouvelle version du jeu
- Dommages non réparables
- Nombre de prêt
- Disparition du jeu
- Valeur par rapport à la collection
- Espace de stockage manquant
- Facilité de prêt de la collection
- Changement dans paysage vidéoludique – jeu devenu obsolète ?

Rapport-Gratuit.com

Garder à l'esprit que la politique de désherbage change beaucoup d'une institution à l'autre, dépend de la taille, des buts etc. (Team G 2011).

5.6 Règles

Les règles d'utilisation clairement énoncées dans une charte peuvent être un plus pour un service de jeux vidéo. Nous l'avons dit précédemment, cela peut contribuer à rassurer les parents que l'activité soit encadrée (Courtney 2008).

La bibliothèque de Belleville demande à ses usagers d'échanger leur carte de lecteur contre une manette (annexe 9). Ce procédé simple permet à la fois de contrôler les vols ou pertes de matériel, mais également le temps de jeu. Le fait d'obliger à posséder une carte de lecteur peut amener de nouveaux usagers à devenir utilisateurs de la bibliothèque – c'est ce qu'a expérimenté la Fremont Public Library.

La bibliothèque de Belleville a voulu son espace troisième lieu et le jeu vidéo en accès libre dans sa bibliothèque a été intégré aux espaces de suite. Pour prévenir le bruit néanmoins, les postes sont équipés de casques pour le son ; un constat a été fait, beaucoup de joueurs préfèrent jouer sans le son tout simplement (annexe 9).

Dans son règlement, la bibliothèque de Dardilly demande une autorisation parentale à ses jeunes lecteurs (annexe 12).

Créer les règles en accord avec les usagers peut également être une idée ; ils peuvent donner leur avis sur combien de temps une session de jeu leur paraît raisonnable (Czarnecki 2010). Il ne faut pas hésiter à partir des systèmes de règles déjà existant dans la bibliothèque.

Concernant les règles de comportement dans les animations avec les jeunes, il faut savoir rester suffisamment souple pour que l'évènement soit récréatif. Les jeunes ont une tendance à se réguler d'eux-mêmes si le service de jeux vidéo est de qualité afin de ne pas perdre le privilège de pouvoir y participer (Levine 2006).

5.6.1 Durée de prêt

Il y a d'un côté la tendance à harmoniser au maximum et avoir une seule durée pour tous les supports prêtés par la bibliothèque (ou en tout cas pour tous les supports multimédias) ce qui est plus facile à gérer pour les usagers comme pour les bibliothécaires et évite les confusions (Buchanan 2012). On peut s'appuyer sur les possibilités de prolongation pour les œuvres demandant plus de temps, et être plus souple sur les amendes (annexes 3, 5) (Team G 2011).

Il y a un équilibre à trouver entre la période nécessaire à l'emprunteur pour atteindre une expérience de jeu plaisante ou la fin du jeu et le temps d'attente que cette période va créer chez les personnes attendant pour emprunter le jeu. La durée nécessaire pour terminer un jeu est souvent plus longue que pour un film.

Il faut aussi ne pas oublier que le coût des jeux vidéo neuf en support physique empêche d'acheter beaucoup de copies d'un même document. (Team G 2011)

5.6.2 Réservations

Les réservations vont pousser les usagers à réserver en ligne à travers l'OPAC. Si le jeu est très populaire, il ne sera pas physiquement visible pendant un long laps de temps sur les étagères de la bibliothèque.

Empêcher les réservations peut rendre les jeux plus visibles physiquement dans l'institution ; les usagers flâneront plus dans la collection de la bibliothèque (Team G 2011).

5.7 Catalogage

La BNF a déjà catalogué un certain nombre de jeux vidéo (Béguelin 2014), ce qui est avantageux pour la bibliothèque de Prilly, puisque son logiciel SIGB Decalog permet justement d'importer les notices de la BNF.

Néanmoins, en cas d'absence de fiche d'un jeu, il y a plusieurs éléments à prendre en compte. Les jeux vidéo sont un média récent, et il n'y a pas beaucoup de standards dans les informations requises dans le catalogage. Les jeux populaires sont souvent trouvables en importation de notice, alors que les jeux plus obscurs demanderont un catalogage original. La profondeur du catalogage dépendra des besoins de la bibliothèque (Team G 2011).

Les informations minimales comprennent :

- Titre
- Système / plateforme
- Année de publication – éditeur
- Âge
- Nombre de joueurs
- Multijoueur en ligne ou non

Rapport-gratuit.com LE NUMÉRO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

- Résumé du jeu (pitch de l'intrigue, description du gameplay)
- Mention d'équipements spéciaux (Wii Motion +, Kinect etc.)
- Description du produit
- Prix

Les informations secondaires peuvent inclure :

- Directeur
- Directeur artistique
- Directeur de programmation
- Acteurs (voix)
- Développeur

S'il est décidé de prêter des consoles, leur notice doit contenir au minimum :

- Nom du système
- Objets faisant partie du lot de prêt (manettes, câbles etc.)
- Prix (Team G 2011)

Il serait également intéressant qu'il y ait un type de document à part entière dans la notice qui puisse être appelé « jeux vidéo » (au même titre que « livre » par exemple) afin que la recherche soit simplifiée (Perreau 2015).

En Suisse, la bibliothèque de la Ville de La Chaux-de-Fonds a été la première à cataloguer les jeux sur Virtua. La bibliothèque de Carouge utilise les fiches créées par La Chaux-de-Fonds (annexe 7).

Il est important dans l'analyse du document de ne pas oublier des mots-clés ou sujets documentaires importants (par exemple « hockey » pour les jeux NHL où le terme hockey n'est pas dans le titre) (annexe 7).

5.8 Outils spécifiques

5.8.1 Catalogues imprimés et fiches descriptives

Des fiches descriptives ou un catalogue imprimé spécifiques aux jeux vidéo peuvent être un outil très utile afin de rendre l'usager autonome et de lui permettre d'accéder rapidement à des informations sur le jeu sans avoir à consulter un OPAC – on ne peut

pas feuilleter un jeu comme un livre – ou un bibliothécaire. Mais il peut également être un outil également destiné aux bibliothécaires, afin de pouvoir mieux renseigner le public ou organiser les animations (annexes 2, 4). Les catalogues de bibliothèque sont souvent assez obscurs pour les usagers et les jeux vidéo rarement mentionnés (Perreau 2015), il est donc intéressant d'essayer de créer un outil pour rendre ce genre de collection plus visible.

En plus des informations de bases que nous avons vues ci-dessus pour le catalogage, ce genre de fiche peut être enrichie grâce aux rubriques suivantes :

- Accessibilité (prendre en compte autant la problématique de la violence visuelle (comme pour un PEGI) mais aussi la complexité du texte à lire, la complexité du gameplay à maîtriser).
- Durée du jeu (ou de la partie si multijoueur uniquement).
- Spécifications techniques (surtout important pour un jeu PC, savoir quel matériel est nécessaire pour pouvoir le lancer. C'est moins important côté consoles, car les jeux sont taillés pour la puissance de la machine).
- Points positifs et points négatifs, problèmes constatés (à la façon d'un test de presse vidéoludique).
- Des visuels (captures d'écrans du jeu principalement pour donner une idée sans devoir le lancer).
- Rôles des participants (s'il s'agit d'un jeu multijoueur typiquement).
- Jeux similaires : cet aspect peut être très intéressant, notamment si le positionnement de la bibliothèque est de mettre en avant les jeux indépendants ou moins connus de qualité. On peut utiliser ainsi un titre grand public comme un Zelda, et mettre dans les jeux possédant un style de gameplay avoisinant des jeux plus méconnus mais acclamés par les critiques comme Beyond Good and Evil ou Hyper Light Drifter.

S'il s'agit d'un catalogue destiné aux animateurs, il peut être intéressant de noter pourquoi choisir le jeu, à quel genre d'animation il correspond (par rapport au système SNAKS par exemple), à quoi il faut faire attention lors de son utilisation en animation etc. (annexe 2).

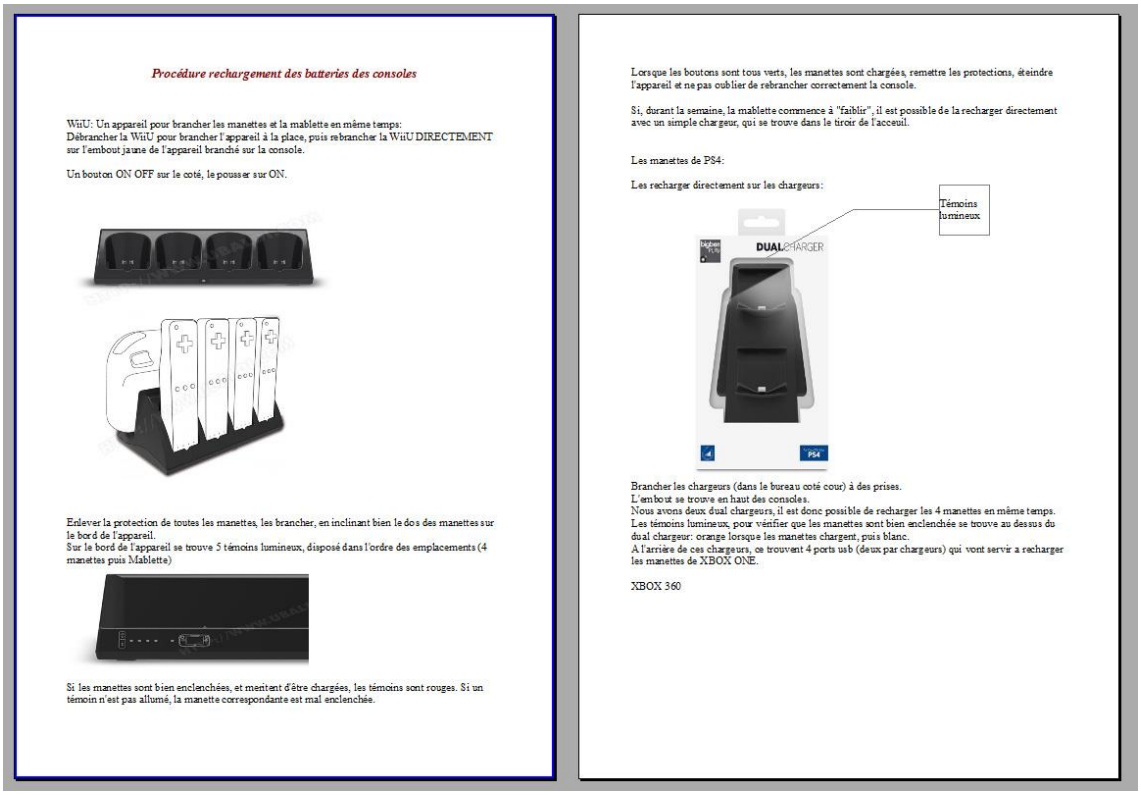
5.8.2 Exemples d'outils spécifiques en bibliothèques

Julien Proust, pour former les bibliothécaires à Vaclav Havel, a créé un certain nombre de fiches comparant et résumant les principales consoles en termes de technique, de listes jeux et de concept (Proust 2015). Ces fiches sont disponibles à l'adresse : https://drive.google.com/drive/folders/0B1MehKq3zcq4ZzIwZ2R1MFRHcWM

La bibliothèque de la Cité de Genève utilise pour son personnel un fichier Excel dans lequel sont répertorié les âges des jeux (annexe 2).

La bibliothèque de Belleville édite pour ses usagers une petite brochure chaque mois pour accompagner le changement de la sélection de jeux dématérialisés sur sa console. Cette petite description s'accompagne également d'une indication des PEGI (annexe 9).

La bibliothèque de Chassieu a créé un bon nombre d'outils spécifiques : une fiche de catalogage spécifique pour les jeux vidéo sur leur SIGB, une politique documentaire pour les jeux vidéo, des fiches de procédures (pour la création de comptes sur Steam, Battle.net et autres services de jeux vidéo en ligne, et pour l'utilisation et la recharge des manettes des différentes consoles) (annexe 11).



Procédure rechargement des batteries des consoles

WiiU: Un appareil pour brancher les manettes et la mablette en même temps:
Débrancher la WiiU pour brancher l'appareil à la place, puis rebrancher la WiiU DIRECTEMENT sur l'embout jaune de l'appareil branché sur la console.

Un bouton ON OFF sur le coté, le pousser sur ON.

Enlever la protection de toutes les manettes, les brancher, en inclinant bien le dos des manettes sur le bord de l'appareil.
Sur le bord de l'appareil se trouve 5 témoins lumineux, disposé dans l'ordre des emplacements (4 manettes puis Mablette)

Si les manettes sont bien enclenchées, et meritent d'être chargées, les témoins sont rouges. Si un témoin n'est pas allumé, la manette correspondante est mal enclenchée.

Lorsque les boutons sont tous verts, les manettes sont chargées, remettre les protections, éteindre l'appareil et ne pas oublier de rebrancher correctement la console.

Si, durant la semaine, la mablette commence à "faiblir", il est possible de la recharger directement avec un simple chargeur, qui se trouve dans le tiroir de l'acceuil.

Les manettes de PS4:

Les recharger directement sur les chargeurs:

Témoins lumineux

DUAL CHARGER

Brancher les chargeurs (dans le bureau coté cour) à des prises.
L'embout se trouve en haut des consoles.
Nous avons deux dual chargeurs, il est donc possible de recharger les 4 manettes en même temps.
Les témoins lumineux, pour vérifier que les manettes sont bien enclenchée se trouve au dessus du dual chargeur: orange lorsque les manettes chargent, puis blanc.
A l'arrière de ces chargeurs, ce trouvent 4 ports usb (deux par chargeurs) qui vont servir a recharger les manettes de XBOX ONE.

XBOX 360

Figure 9 : Procédure de chargement des manettes de Chassieu

La bibliothèque de Dardilly a également créé des outils similaires – une grille de catalogage spécifique pour les jeux, une fiche technique pour la création de compte pour

le prêt de console. Elle a également étiqueté tous les câbles des consoles afin de pouvoir prêter le matériel (annexe 12).

Les médiathèques de Montpellier ont à l'instar de Chassieu créé des versions spécifiques de notices pour les jeux vidéo dans leur SIGB. Elles ont également élaboré des catalogues papiers pour aider les usagers à choisir leurs jeux (annexe 13).

La bibliothèque d'Yverdon a créé une procédure écrite afin de permettre aux bibliothèques empruntant son exposition sur les jeux vidéo de pouvoir allumer et éteindre l'installation. Elle a également créé une version virtuelle de l'exposition disponible sur son site web (annexe 6).

Si le choix du support de jeux vidéo est le CD / DVD, investir dans un appareil à lisser les CD rayés peut aider la bibliothèque à prolonger la vie de sa collection de prêt (Nicholson 2012 G).

5.9 Budget

Le budget d'un service de jeu vidéo dépend beaucoup de ce que l'on décide de faire.

Les animations sont moins chères que le prêt, car il n'y a pas besoin d'avoir une grande collection de jeu (annexe 2). Il n'y a pas besoin non plus de courir après les nouveautés, car le jeu est choisi selon un contexte, donc l'expérience de jeu que l'on veut faire vivre aux participants. Il n'a donc pas besoin d'être récent. (Nicholson).

En effectuant des recherches, la médiathèque de Vevey a constaté souvent un budget moyen d'environ 5'000 francs dans les autres bibliothèques – acquisitions, fonds etc. (annexe 5).

La bibliothèque de Belleville compte 2'000 euros par année consacrés aux jeux vidéo (matériel pour jeu en libre accès et animations). Le matériel de départ a coûté 3'500 euros en plus (annexe 9).

5.9.1 Prix des jeux

En consultant les catalogues Digitec et Cede.ch, nous constatons qu'en version physique, les jeux neufs coûtent environ 70 francs. Les jeux pour consoles portables Nintendo (3DS et déclinaisons) sont un peu moins cher, environ 50 francs.

En version dématérialisée, les jeux PC comptent environ 20 francs les jeux neufs et d'une certaine production. Les plus petits jeux peuvent descendre jusqu'à 10 francs environ. Il y a régulièrement des soldes sur les plateformes de vente de jeux tel Steam et GOG, qui peuvent drastiquement baisser les prix de ces jeux, parfois en dessous du

seuil des 10 francs. Les grandes soldes ont lieu généralement à des dates régulières comme la période de Noël, les vacances d'été, mais il existe plein de remises de prix régulières tout au long de l'année.

Il ne sert généralement pas à grand-chose d'acheter un jeu PC en version boîte, car celui-ci sera souvent lié à un compte Steam et une clé d'activation, le rendant tout autant non prêtable qu'une version dématérialisée, et plus cher pour rien.

5.9.2 Prix des consoles

Les prix des consoles de salon actuelles se situent entre 300 et 400 francs (Switch, PS4 X-Box), prix qui peut varier selon la version et les « bundle » (jeux livrés avec). La PS4 Pro est située entre 400 et 500.

Pour les consoles portables de Nintendo 3DS, elles se situent plutôt autour de 200 francs (les versions budget 2DS sans l'option 3D commençant vers les 100 francs).

Les manettes de console tournent autour des 60 à 70 francs.

Pour une installation de base pour console de salon, on peut estimer le prix d'une console à 350 francs + 700 francs de jeux (10 jeux à 70 francs) + 180 francs pour 3 manettes supplémentaires (3x60) = 1230 francs.

Cette somme peut être multipliée par deux ou trois suivant si la bibliothèque veut couvrir les différentes consoles du marché. Il faut ensuite ajouter à cela le prix d'un téléviseur.

Pour une collection axée console portable type 3DS : 600 francs pour 3 consoles de prêt (3x200), 500 francs de jeux (10 jeux à 50 francs) = 1100 francs.

5.9.3 Prix des ordinateurs

Toujours selon le catalogue Digitec, la gamme des ordinateurs de gaming se situe entre 1'000 et 3'000 francs. Les ordinateurs fixes ont un rapport performance-prix un peu meilleur que les ordinateurs portables. Cependant ces derniers sont plus pratiques à déplacer et à agencer, ce qui est un plus pour disposer des postes pour une animation, une tour de PC fixe étant plutôt lourde à bouger.

Les ordinateurs coûtent plus que les consoles, mais le prix des jeux est cependant moins cher, car dématérialisé. Les ordinateurs fixes ont aussi l'avantage de permettre de changer une partie de leur composant matériel interne (la carte graphique par exemple) ce qui peut prolonger leur durée de vie et améliorer le matériel à moindre coût sans avoir à acheter un nouvel ordinateur complet.

5.9.4 Budget pour une collection (prêt / jeu sur place)

5.9.4.1 Budget annuel

Une collection de jeu vidéo en version physique peut être comparable à une collection de DVD au niveau des prix (Gaudion 2014). Le budget est généralement plus grand que pour les animations, car il faut plus de jeux et suivre l'actualité des nouveautés.

Selon les interviews menées, le budget moyen annuel tourne autour de 3'000 francs. La fourchette des budgets annuels va d'environ 1'000 à 6'000 francs par année ; entre 3'000 et 6'000, on trouve les bibliothèques qui essaient de couvrir plusieurs, voire toutes les consoles principales du marché. Les grands projets numériques ou grandes institutions comme Vaclav Havel de Paris tournent autour des 5'000-6'000.

Certains arrivent à passer sous la barre des 1'000 francs : c'est le cas de la bibliothèque de Nyon, avec un budget entre 700 et 800 francs par année (annexe 4). Sa collection ne couvre qu'une seule console, la Nintendo 3DS, qui est peu onéreuse et dont les jeux sont un peu moins chers que la moyenne. Outre ceci elle achète des jeux dématérialisés PC ponctuellement pour les animations. Ceci explique pourquoi il s'agit d'un des plus petits budgets (annexe 4).

5.9.4.2 Budget de lancement

Le budget de base est généralement plus élevé, tournant généralement autour des 5'000 francs (fourchette de 3'000 à 7'000 environ), à cause du matériel de base et aussi pour acheter un premier fonds conséquent.

Certaines bibliothèques ont reçu des budgets de lancement encore supérieurs, allant dans les dizaines de milliers de francs (10'000 à 30'000 francs), souvent aidées par des financements tiers en plus de leur tutelle ; ces budgets importants peuvent ensuite être utilisés sur plusieurs années, comme c'est le cas pour la bibliothèque des jeunes de La Chaux-de-Fonds (annexe 3).

D'autres bibliothèques ont profité de lancer leur projet en fin d'année pour se concentrer sur le matériel et pouvoir bénéficier rapidement du prochain budget annuel afin d'étoffer la collection de jeux (annexe 7).

Consulter les interviews en annexe pour le détail des budgets de chaque bibliothèque.

5.9.5 Budget pour des animations

Il est difficile de déterminer un budget précis de ce que coûtent les animations, car celui-ci peut varier beaucoup d'une animation à l'autre. La médiathèque d'Alfortville note qu'il n'est cependant pas nécessaire d'avoir forcément une grande collection de jeu pour

l'animation (annexe 8). On note donc que les animations sont moins chères que les collections. Le budget moyen de départ semble tourner autour de 600-700 francs.

Grâce son analyse des pratiques des bibliothèques américaines de 2006-2007, Nicholson estime les coûts de départ à 650 dollars. Répéter l'animation revient à environ 65 dollars soit 2 dollars par usagers. La moyenne du nombre d'animation par année est d'environ 14 occurrences (Nicholson 2012 C). Ces chiffres, évidemment, reflètent les activités américaines à cette époque-ci.

Dans le même genre de chiffre, le Journal of Library Innovation cite la possibilité pour 600 dollars d'acquérir une Wii avec manettes et 20 jeux multijoueur de type « social games », ce qui fait déjà une bonne plateforme de départ (Bishoff 2015).

Au niveau du matériel, la bibliothèque de la Cité met entre 500 et 700 francs de budgets par année pour les animations. L'investissement de base comprend deux PS4 à 300 francs (donc 600 francs), ce qui donne environ 1'000 à 2'000 francs pour une première année en matériel (annexe 2).

Mais toujours selon la bibliothèque de la Cité, on peut faire une bonne offre jeu vidéo avec un budget de 500 francs. Pour de simples après-midi jeu, un budget de 200 francs suffit à la bibliothèque de la Cité (100 francs par valise contenant une console Wii dedans), sans compter la télévision et quelques jeux déjà sur place. En revanche, pour de plus gros ateliers, comme un atelier découverte, avec une sélection de 10 jeux par plateformes et 10 plateformes différentes, on se retrouve rapidement à 500 francs par unités, ce qui revient cher (annexe 2).

L'avantage des animations, contrairement au prêt, c'est que le bibliothécaire peut aussi amener du matériel personnel pour réduire les coûts. La bibliothèque de Nyon utilise ce procédé pour les animations sur jeux PC dématérialisés (annexe 4). Elle utilise également des consoles relativement peu chères (Nintendo 3DS) à environ 100 francs.

Si la bibliothèque possède en plus une collection de prêt, elle n'a pas à acheter en plus des jeux spécifiquement pour les animations, donc celles-ci ne coûtent plus grand-chose (annexe 7).

Enfin, il faut considérer que des animations qui concernent le streaming (sur Twitch par exemple) demanderaient du matériel audio professionnel très cher (annexe 2).

Pour les animations, les jeux n'ont pas besoin d'être neuf ; il ne faut pas négliger le marché de l'occasion (Czarnecki 2010).

5.9.6 Temps pour créer les animations

A nouveau, le temps investi pour préparer des animations peut varier ; pour de simples après-midi jeu, le temps de préparation va de 30 minutes à 1h30 en moyenne. Les animations plus ambitieuses (ateliers découverte, créations de jeux, tournois, présentations de coup de cœur) demandent plus de temps, de 2 à 5 heures (voir annexes).

Monter une exposition est plus chronophage. La bibliothèque de la Ville de La Chaux-de-Fonds a mis un an à mettre en place « Press Start » - mais pas à temps plein (annexe 7).

Il ne faut pas négliger les jeux gratuits et open source sur PC qui peuvent venir agrandir la collection de jeux disponibles sur place sans entamer le budget (Gaudion 2014).

Il peut également arriver que le jeu soit légué à la bibliothèque par don – par des joueurs qui vieillissent et se séparent de leur ancien passe-temps (Nicholson 2012 A).

5.9.7 Partenariat financier

Enfin, faire une demande de financement peut aider à lancer un projet (Czarnecki 2010). Il y a l'autorité de tutelle, mais d'autres organisations peuvent être prêtes à aider les bibliothèques.

Il y a peu, Bibliomedia proposait du financement pour aider les bibliothèques dans le jeu vidéo, mais cette aide n'a pas été reconduite (annexe 15).

La bibliothèque d'Yverdon-les-Bains pour son exposition « Des pages aux joysticks » a bénéficié de l'aide de Bibliomedia et de Numeric Games.

La médiathèque de Vevey a obtenu une enveloppe large de 30'000 francs pour sa médiation (20'000 francs de la ville, plus 10'000 francs d'une fondation). Sur cet argent, 8'000 ira pour le numérique, jeux vidéo compris (annexe 5).

La bibliothèque des jeunes de La Chaux-de-Fonds, via l'association dont elle fait partie, a pu obtenir un soutien financier de la Loterie romande pour développer son aspect numérique (tablettes et jeux vidéo). Il s'agissait d'une enveloppe de 26'000 francs. Une partie de cette enveloppe a été utilisée pour acheter le matériel de départ et un début de collection, mais elle est encore utilisée actuellement (annexe 3).

En 2014, selon l'enquête de Fanny Béguelin, 12 des 25 bibliothèques ne pratiquant pas d'activité autour du jeu vidéo ont dit être arrêtées par le manque de place et de moyens (Béguelin 2014).

Rapport-Gratuit.com

5.10 Jeux dématérialisés

Les jeux dématérialisés se caractérisent par leur distribution digitale qui se passe de support physique. Leur importance est cruciale car, premièrement, c'est le premier moyen de distribution des jeux vidéo indépendants ; en effet, le chemin de distribution classique via un éditeur et les coûts requis pour imprimer un jeu sur DVD / Blu-ray, puis le faire distribuer dans les magasins par les diffuseurs coûte cher. Aussi, les indépendants – que ce soit des programmeurs isolés ou des petits studios de quelques personnes – peuvent aujourd'hui se passer de l'approbation des gros éditeurs car ils peuvent proposer leur jeu directement en téléchargement aux plateformes de distribution tel Steam ou GOG.com (Jean 2013).

La deuxième importance du dématérialisé vient des jeux PC mainstreams qui, pour protéger leurs jeux, passent de plus en plus via l'activation d'un compte Steam pour permettre à l'acheteur de jouer à son jeu. Cela est un moyen simple pour eux de contrer le piratage. Malheureusement, cela signifie que, même si le jeu est distribué en boîte physique dans un magasin, cette boîte ne contient au final qu'une clé d'activation vers un jeu tout aussi dématérialisé. Pire, cette forme de DRM est tributaire d'une connexion internet et d'un compte Steam. Les clés d'activation en ligne empêchent pour l'instant la majorité du prêt PC (annexe 1). D'une manière générale, la dématérialisation va en augmentant (Gaudion 2014). Si la bibliothèque ne propose pas de jeux de la distribution numérique, elle risque à long terme de se retrouver sur la touche. Pour l'instant, les jeux sur support physique sans DRM restent la prédominance en bibliothèque (Perreau 2015).

Le dématérialisé a aussi son importance pour les jeux des générations précédentes de la console, particulièrement si celle-ci n'offre pas de rétrocompatibilité avec la génération d'avant (Gaudion 2014). La majorité des anciens jeux sont toujours disponibles à la vente mais souvent en forme digitale uniquement, à part quelques remakes de jeux importants qui ressortent sous forme physique (Ocarina of Time 3D, par exemple). Certaines bibliothèques visant la conservation essaient d'acquérir le matériel d'origine de ces jeux anciens (consoles comprises), mais elles se heurtent vite au prix des anciens matériels qui ne sont plus en production et à la fois très recherchés par les collectionneurs (Tauziac 2015). Pour une bibliothèque qui n'a pas de visée patrimoniale au niveau du matériel, il est plus intéressant de passer par le dématérialisé et l'émulation des anciennes plateformes.

5.10.1 Problématique du prêt

Toutes les bibliothèques faisant du prêt que nous avons interviewées se limitent au prêt des consoles, car leurs jeux sont toujours livrés sur support physique et sans demande d'activation d'un compte en ligne. Mais pour combien de temps encore (annexe 1) ?

Dans l'idéal, il faudrait une plateforme qui puisse prêter pour la bibliothèque des jeux à distance, à l'instar du système d'ebook proposé par Bibliomedia aux bibliothèques romandes. Plusieurs offres ont été considérées par les bibliothèques :

Offre Steam pour les cybercafés : cette offre permettait aux espaces publics d'offrir à leurs usagers l'accès à certains jeux. Le problème de cette offre est que le catalogue offert est réduit, les jeux ne sont pas forcément intéressants et la bibliothèque n'a pas vraiment de choix en tant que médiatrice. Le prix était fixé au nombre de postes et par période d'utilisation. L'offre a été suspendue en 2015 (Perreau 2015), puis transformée en « Programme de licence Steam » ; elle semble toujours offrir les mêmes prestations, mais la sélection de jeux a l'air de s'orienter plus vers la découverte de la réalité virtuelle (Valve Corporation 2017).

1DTouch : il s'agit d'une plateforme qui offre aux usagers d'une bibliothèque des clés Steam de jeux qu'ils trouvent dans une collection présélectionnée (annexe 2). L'offre permet aux usagers de télécharger quatre jeux via des clés distribuées. Le prix de la plateforme dépend du nombre d'utilisateurs (Perreau 2015). Il est encore tôt pour pouvoir dire ce que l'offre 1DTouch propose (Perreau 2015) ; s'il n'est pas possible de faire soi-même la sélection de jeu, cela restera peu intéressant (annexe 4).

Metaboli : La plateforme Metaboli a pris contact avec plusieurs bibliothèques françaises pour proposer du jeu dématérialisé. Mais l'offre a été jugée floue et de moindre qualité (les jeux sont limités et proposent peu de titres indépendants) (Perreau 2015).

Pour l'instant, aucune plateforme de prêt de jeux par bouquet ne semble vraiment convaincante.

La bibliothèque de La Chaux-de-Fonds s'intéresse en ce moment à la plateforme 1DTouch. Dans l'idéal, elle aimerait trouver une plateforme qui permet réellement aux lecteurs de jouer en streaming à distance, un peu comme certaines plateformes de musique permettent aux usagers d'écouter de la musique via internet grâce à leur compte à la bibliothèque (annexe 7). Cette technologie ne semble pas encore d'actualité mais devrait faire son entrée sur le marché d'ici deux à cinq ans selon certains acteurs de l'industrie, qui voient pour le jeu vidéo une évolution similaire à la consommation des

Rapport-gratuit.com LE NUMÉRO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

films et des séries (ChewbieFR 2017). Malheureusement, comme pour les plateformes type Netflix, il est peu probable que les bibliothèques soient incluses dans le processus par les grands acteurs de l'industrie.

Pour l'instant, une autre solution potentielle pour le prêt est de fournir un support physique à ces jeux dématérialisés. Premièrement, soit en proposant de les stocker sur un ordinateur portable ou une tablette de gaming. L'ordinateur portable peut être un peu compliqué au niveau du poids et des nombreux composants à prêter. Une tablette de gaming en revanche s'apparentera plus à une liseuse dans son format et son équipement, ce qui la rend plus facilement transportable par l'usager. Néanmoins, le désavantage de cette solution est qu'elle demandera un certain suivi, notamment si les usagers altèrent le contenu de la tablette, il faudra pouvoir remettre à zéro les supports une fois retournés – et prévoir donc une image disque externe par exemple pour restaurer la tablette (annexe 4).

Il est également possible de proposer la même solution avec une console, en installant des jeux dématérialisés via sa chaîne (X-Box live arcade, Nintendo Shop etc.) (annexe 6). La bibliothèque de Dardilly prévoit pour 2018 d'installer des jeux dématérialisés via les réseaux Playstation Plus et X-Box live arcade pour les consoles qu'elle prête (annexe 12). Il réside une interrogation quant à la durée du prêt – puisque l'on prête plusieurs jeux à la fois, comment proposer une durée qui semble juste pour pouvoir jouer aux différents titres ?

La médiathèque de Vevey conseille d'essayer de travailler avec les créateurs même de jeux, qui ont sans doute une solution à proposer si on leur montre les aspects positifs que la bibliothèque peut leur apporter (visibilité etc.). Il est sans doute plus facile d'aborder les créateurs locaux (suisses romands) et indépendants (annexe 5).

5.10.2 Autres formes de mise en valeurs

S'il se révèle impossible de prêter le dématérialisé, ou les jeux à DRM, il est important de le mettre en valeur autrement, soit par des coups de cœur, soit via des animations (annexe 2, 4) ou en le proposant en jeu en libre accès sur les postes de la bibliothèque (Buchanan 2012). Au final, prêter absolument le jeu est moins important que le mettre en valeur et donner les connaissances nécessaires aux usagers sur le média. La mise en valeur via des animations permet aux usagers de découvrir le jeu puis de l'acheter eux-mêmes s'ils sont séduits par celui-ci, d'autant plus facilement que les jeux dématérialisés ne sont pas très chers -surtout lorsqu'ils sont soldés (annexe 4). Le prêt

à tout prix peut sembler d'ailleurs archaïque, à l'époque de la bibliothèque troisième lieu, où l'on espère plutôt faire venir l'usager dans les locaux de la bibliothèque (annexe 3).

Si la bibliothèque décide de ne pas posséder de collection de prêt mais d'orienter son service vers les animations ou les postes de jeu à disposition sur place, le jeu dématérialisé prend beaucoup de sens ; il permet d'avoir accès à un catalogue de jeu pour des prix minimes (cf. la partie sur le budget). Ces plateformes offrent souvent des soldes – dans le but de compenser le fait que les jeux ne pourront être revenus en occasion contrairement à ceux sur support physique. Ces soldes permettent d'obtenir ces jeux beaucoup moins chers que les jeux en boîtiers ; suivre l'actualité devient plus aisé et le prix du média plus abordable dans le budget de la bibliothèque.

La bibliothèque Vaclav Havel de Paris met à disposition dans son espace jeux vidéo des consoles avec des jeux dématérialisés installés dessus. Pour mieux les mettre en valeur, des jaquettes « fictives » sont placées dans les rayonnages pour que les usagers soient au courant de l'existence de ces titres sans support physique (annexe 14).

La bibliothèque de Nyon utilise un compte Steam et un PC pour ses animations – sa collection de prêt 3DS n'est utilisée que pour le prêt et le jeu sur place (annexe 4).

Pour les achats de service en ligne, ainsi que pour le dématérialisés sur consoles et tablettes, la bibliothèque peut acheter des cartes prépayées (Gaudion 2014) (annexe 9). La bibliothèque de Dardilly relève qu'il lui est possible de passer par son fournisseur pour obtenir des codes pour les jeux dématérialisés, mais cette transaction rend l'achat un peu plus cher que directement par carte bleue (annexe 12).

En conclusion, la dématérialisation est une réalité qui amène son lot d'interrogations. Le problème va bien au-delà du jeu vidéo, puisque les films, les séries, les livres, la musique sont également touchés. Pierre Pittet, médiateur culturel de la bibliothèque d'Yverdon-les-Bains interroge : comment les acteurs publics qui essaient de mettre en avant certains aspects de la diversité de la production culturelle peuvent continuer de se positionner face à la disparition du support physique ? Certaines institutions culturelles proposent des œuvres d'art uniques (les musées) ou des performances en direct (théâtres, concerts) ; qu'est-ce que la bibliothèque peut apporter d'unique par rapport à ce qui est édité pour ne pas perdre sa place (annexe 6) ?

5.10.3 Plateformes de téléchargement

Chaque console possède sa propre chaîne de distribution de jeux dématérialisés : X-Box Live Arcade pour Microsoft, Playstation store pour Sony, Nintendo eShop pour Nintendo.

Sur PC, il existe plusieurs plateformes de téléchargements. Voici les trois principales :

- **Steam :** c'est la plus large plateforme en nombre de jeux et la plus populaire auprès des créateurs de jeux comme des joueurs. C'est sur cette plateforme qu'on trouvera la majorité des jeux mainstream (Béguelin 2014). Elle a l'avantage de proposer les jeux en plusieurs langues, de pouvoir acheter les jeux facilement via des cartes prépayées, et d'être ergonomique. Du côté des désavantages, elle rend l'installation fastidieuse à cause de son système de DRM, qui nécessite un compte Steam par ordinateur. L'installation initiale prendra donc du temps. Il faut également des paramètres de sécurité internet adapté pour faire fonctionner la plateforme Steam – ce sont des choses à négocier avec le service informatique de l'institution. Il faudra également acheter autant de fois le jeu qu'il y a de compte / ordinateur dans la bibliothèque, ou utiliser le système de bibliothèque partagée entre les comptes, mais qui rend impossible à deux utilisateurs de jouer au jeu partagé en même temps.

- **GOG (Good Ol' Games) :** à la base, c'est une plateforme spécialisée dans les anciens jeux, mais aujourd'hui elle présente également un bon nombre de nouveautés, en particulier de la scène indépendante. Les avantages de GOG sont de proposer des versions d'anciens jeux PC compatibles avec les systèmes d'exploitation actuels, ce qui est intéressant pour les animations sur le retrograming ou l'histoire du jeu vidéo. Les jeux sont également fournis sans DRM ; une fois l'installeur téléchargé, il n'y a pas besoin d'entrer de code ou de se connecter à internet, ce qui permet d'installer ces jeux sur autant de postes que nécessaires dans la bibliothèque. Le désavantage de GOG est de proposer pour l'instant un catalogue moins grand que Steam, avec moins de langues disponibles pour le téléchargement.

- **Humble Bundle :** cette plateforme est spécialisée dans les achats de paquets de jeux dématérialisés. C'est une très bonne plateforme pour avoir des jeux à petit prix, mais cela oblige à les acheter par bouquets. Comme GOG, Humble Bundle offre des jeux sans DRM, ce qui facilite leur installation sur les postes de la bibliothèque.

5.10.4 DLC

Les DLC, ou *Downloadable Content*, sont des contenus additionnels d'un jeu vidéo publié par l'éditeur après la sortie du jeu de base. Est-il pertinent d'acheter les DLC ? Voici une liste d'arguments pour et contre :

Contre les DLC

- Jadis, les jeux sortaient en une traite, et pouvaient parfois être suivis d'une extension payante qui rajoutait du contenu. Maintenant, le contenu de base peut être parfois tronqué de façon prévue à la sortie puis revendu après. Au lieu d'être du contenu supplémentaire, il apparaît comme un contenu de base du jeu pour lequel il faut payer en plus du prix de base. Il est même parfois déjà intégré dans le code du jeu, mais « bloqué » avant d'être acheté.
- Il peut y avoir le problème des DLC exclusifs à un fournisseur qui morcèle les DLC entre différents revendeurs : tout le contenu du jeu possible n'est alors pas disponible chez un seul et même fournisseur.

En faveur des DLC

- Ils apportent un nouveau souffle aux jeux, agrandissant leur durée de vie à moindres frais, dans un marché où la durée de vie des documents est courte. Ils peuvent valoir le coup pour les joueurs passionnés.
- Certains développeurs rendent leurs DLC gratuits ou alors offrent assez d'avantages pour valoir la peine – par exemple, il est possible d'acheter tous les DLC prévus via un « Season pass » qui permet d'avoir un rabais.

Dans l'idéal, il faut faire des recherches avant d'acheter un jeu, pour savoir s'il y a des DLC annoncés, s'ils sont exclusifs à certains fournisseurs et à quel prix ils seront vendus.

Si le jeu n'est pas forcément acheté à sa sortie, les DLC peuvent être inclus dans une nouvelle édition.

Les DLC ne devraient pas décourager le bibliothécaire d'acheter le jeu : ils compliquent légèrement l'achat et augmentent le coût final, mais les sommes restent modiques et sont généralement diluées dans le temps. (Robbins 2015).

5.11 Partenariat

Les partenariats peuvent aider la bibliothèque sur plusieurs aspects : le budget, la promotion, la diffusion de l'information … (Schmidt 2006). Il est important d'engager les

partenaires et les amis de la bibliothèque le plus tôt possible dans le projet (Nicholson 2012 F).

Fournisseurs

Les magasins spécialisés dans le jeu vidéo ont pratiquement tous disparu aujourd'hui. Ils avaient l'avantage d'offrir des partenariats financiers et des conseils sur les jeux – un peu à l'instar des libraires avec les livres. Leur disparition laisse cependant l'avantage à la bibliothèque de se positionner comme spécialiste capable de conseiller les parents en matière de jeux vidéo, et ce sans l'impératif commercial de leur vendre un produit. Un autre intérêt des magasins spécialisés tient au fait qu'ils peuvent revendre des jeux d'occasion, donc moins chers (Buchanan 2012).

Scott Nicholson évoque l'avantage de pouvoir lier contact avec un magasin spécialisé, soit pour pouvoir obtenir des prix spéciaux, soit des conseils sur nos choix, soit encore pour la promotion de nos animations auprès des clients par exemple (Nicholson). Mais dans les faits, certaines bibliothèques suisses ayant passé par des magasins spécialisés ont eu de mauvaises surprises – peut-être dû à l'époque où ces magasins étaient en difficulté financière et avaient de la peine à gérer leurs commandes (annexe 1, 2).

Certains existent encore ; la bibliothèque de Dardilly a un partenariat avec GameSpirit : la pixelthèque de Lyon. Le magasin a pu conseiller la bibliothèque lors de la mise en place du fonds et a participé à une soirée jeux vidéo (annexe 12).

La bibliothèque de la Ville de La Chaux-de-Fonds passe par Cede.ch, revendeur auprès duquel ils peuvent obtenir un -10% sur tous les supports CD. Les jeux sont disponibles dès la sortie officielle. Carouge utilise également ce revendeur, notamment pour sa rapidité (annexe 1, 7). Interdiscount offre un rabais similaire à la bibliothèque des jeunes de La Chaux-de-Fonds (annexe 3).

Cede.ch et Digitec ont l'avantage de permettre d'acheter suisse et en même temps de fonctionner par facture ; souvent, les structures administratives des communes empêchent les bibliothèques de posséder leurs propres cartes de crédit, ce qui rend l'achat sur internet sur de nombreux sites impossible (annexe 1,4).

En France, les bibliothèques peuvent avoir des partenariats avec la Fnac pour passer des bons de commande sans avoir à recourir à une carte bleue (annexe 9).

Contrairement à une collection de prêt, les animations permettent aussi de passer par le marché de l'occasion ; Cash'n'Go peut alors être un partenaire intéressant (annexe 6).

Acteurs de l'industrie

Nintendo : la branche suisse de Nintendo propose des partenariats intéressants pour les bibliothèques et autres institutions. Elle met à disposition des parcs de jeux comprenant des consoles « clés en main » pour les bibliothèques (qu'elle livre gratuitement). Nintendo impose aussi beaucoup moins de visuel lors du prêt de ce genre de matériel que certains de ses autres concurrents. L'entreprise propose un certain nombre de goodies, dont également des prix pour des tournois ou concours. Il faut néanmoins faire attention sur ce dernier point, car ce genre de démarche peut s'apparenter au sponsoring (annexe 2). Nintendo semble ouvert à participer à des animations si celles-ci sont centrées sur ses jeux (annexe 4).

Le GameLab de l'UNIL a travaillé avec la médiathèque de Vevey, à la fois pour penser le programme sur les jeux vidéo et donner quelques animations (annexe 5).

Les médiathèques de Montpellier travaillent également avec les studios de création de jeux vidéo locaux, de toutes tailles (Ubisoft, Wardenlight Studio Eric Chahi …) afin de permettre aux usagers de les rencontrer et découvrir le métier derrière le média (annexe 13). La bibliothèque de Vaclav Havel collabore aussi avec Isart Digital, une école de création de jeux vidéo située à Paris et à Montréal (annexe 14).

D'une manière générale, il y a encore trop peu de communication entre les bibliothèques et les acteurs du jeu vidéo ; les studios ont encore une image vieillotte des bibliothèques (Perreau 2015). Aussi l'initiative de la médiathèque de Vevey de se rapprocher des studios suisses fait sens (annexe 5).

Associations de joueurs

Swiss Gamers Network est une association à but non lucrative pour les passionnés de jeux vidéo. Elle a aidé la médiathèque de Vevey pour l'installation et la présentation d'ateliers intergénérationnels (annexe 5).

Split Screen : E-sport Riviera est une association suisse romande consacrée à l'e-sport. Elle a notamment aidé la médiathèque de Vevey à organiser différents tournois (Mario Kart, Just Dance) (Tournoi Just Dance 2017).

Informer le système informatique de la structure peut être une bonne idée : ils pourront être au courant des actions entreprises en cas de besoin d'assistance technique. Ils peuvent fournir des conseils sur le matériel (Czarnecki 2010).

D'autres services de la tutelle peuvent aider à la mise en place du service, notamment dans le département de la culture si des agents sont formés au numérique (annexe 12).

Ludothèques

La bibliothèque de la Cité a été approchée par des ludothèques afin d'échanger des savoir-faire – les ludothécaires se proposent de former les bibliothécaires à la médiation et inversement aimeraient se faire former dans le domaine du jeu vidéo. Ce partenariat est encore à l'étape de projet mais il y a une réelle volonté de la part des deux côtés. En France, la bibliothèque de Viroflay travaille également main dans la main avec la ludothèque locale (Drès 2010).

5.11.1 Bibliomedia

Bibliomedia, la bibliothèque des bibliothèques romandes, propose du matériel et des formations pour les bibliothèques.

En 2014, elle a commandité un travail de mémoire sur les jeux vidéo. Ce travail devait entre autres dresser un état de l'art et mener à l'élaboration d'une collection de prêt destinée à être mise à disposition des bibliothèques romandes. Le projet n'a finalement pas abouti, suite aux réflexions issues de ce travail de recherche ; en effet, considérant le coût et l'obsolescence rapide des supports, il a été jugé préférable de ne pas investir dans du matériel, mais de plutôt aider les bibliothèques à démarrer leur service grâce à un soutien financier.

Cette aide financière a été utilisée par plusieurs bibliothèques, qui ont apprécié cette aide au lancement. Cependant, Bibliomedia ne l'a pas reconduite, car la somme proposée n'était pas suffisante pour couvrir un projet véritable de médiation.

Bibliomedia met actuellement en ligne différents documents et liens internet destinés à aider les bibliothèques suisses désireuses de se lancer, mais sa réflexion sur l'aide qu'elle peut apporter dans le domaine n'est pas encore terminée (annexe 15).

5.11.2 Service jeunesse de Prilly

Le Centre de loisirs de Prilly dispose d'une PS4 et d'une Wii, chacune avec une poignée de jeux. La PS4 est en libre accès au Centre durant les horaires d'ouverture. Les manettes sont prêtées aux usagers contre leur carte de membre. La Wii est utilisée pour des animations ponctuelles.

Le Service jeunesse serait intéressé si la bibliothèque de Prilly ouvrait un service de jeux vidéo ; une collaboration leur permettrait de varier les jeux qu'ils proposent, d'organiser des évènements en commun et de faire découvrir la richesse du paysage vidéoludique aux jeunes, en essayant de les faire jouer à d'autres titres que les jeux habituels. Un tel partenariat serait également intéressant pour proposer des nouveautés à moindre coût.

5.11.3 Partenariat entre les bibliothèques

Parmi les partenariats entre bibliothèques sur le thème des jeux vidéo les plus pratiqués on retrouve (Perreau 2015) :

- La participation au groupe Facebook « Jeux vidéo en bibliothèque » qui compte 3'400 abonnés. Cette page permet des échanges entre professionnels, des partages sur des expériences etc.
- Le fameux « LoL en BiB », un tournoi interbibliothèques français du jeu League of Legends. Le succès de ce tournoi a abouti sur de nombreux articles de presse en France.
- Des collaborations parmi les bibliothèques rattachées à un même réseau (par exemple les médiathèques de Montpellier).

Les avantages de la collaboration entre bibliothèques (Perreau 2015) :

- Augmenter son réseau professionnel.
- Augmenter la visibilité d'une institution.
- Voir les façons de travailler d'autres bibliothèques.
- Profiter des spécialisations des uns et des autres.
- Proposer des actions difficilement réalisables tout seul.

La bibliothèque de Chassieu a participé à ce tournoi durant trois éditions, remportant deux victoires (annexe 11). Les médiathèques de Montpellier y participent depuis 2016. Elles ont également participé à des variantes comme FIFA en Bib, et prévoit un projet similaire avec le jeu de Blizzard Overwatch (annexe 13).

Les bibliothèques de Vevey et Yverdon-les-Bains ont participé ensemble au festival de jeux vidéo Numeric Games avec le programme « Des pages aux joysticks ». L'exposition créée par les ateliers de la bibliothèque d'Yverdon-les-Bains est empruntable gratuitement (à l'emporter) par les autres institutions suisses. Elle consiste principalement en une série de bornes d'arcade artisanales contenant les jeux créés lors des ateliers – il faut donc avoir une fourgonnette disponible pour les transporter (annexe 6).

La médiathèque d'Alfortville a participé à des tournois interbibliothèques autour du jeu Dofus (annexe 8).

Rapport-Gratuit.com

La bibliothèque de la ville de La Chaux-de-Fonds a déjà pensé à des évènements comme LoL en BiB. Malheureusement, la qualité de la connexion internet dans leurs locaux ne permet pas une telle animation pour l'instant.

Il y a aussi la difficulté de savoir quelles autres bibliothèques pratiquent le jeu vidéo en Suisse romande – en France, en revanche, les bibliothèques proposant un service vidéoludique sont répertoriées sur une carte (annexe 7).

Une autre difficulté pour l'organisation d'évènements regroupant plusieurs bibliothèques tient du fait que les bibliothèques ont souvent des tutelles différentes (différentes communes, cantons etc.) qui les financent, ce qui rend compliquée une mise en commun des ressources financières (annexe 1).

Enfin, pour suivre l'exemple de « LoL en BiB », il faut réussir à créer une base de joueurs suffisamment fidèles pour créer une équipe de jeu pour la bibliothèque. Puis avoir la structure pour les entraîner – suffisamment de postes de jeu etc. donc avoir les locaux également. C'est très vite compliqué (annexe 4).

Il existe également le festival Nîmes Open Game Art, créé grâce à la collaboration du réseau de bibliothèque Carré d'art et de l'école de jeux vidéo nîmoise Créajeux. Un des concepts du festival était de montrer que l'on pouvait jouer au sein d'une bibliothèque. Un espace dédié aux jeux vidéo sera créé pour l'occasion au sein de la bibliothèque. L'avantage de ce festival porté par les bibliothèques est qu'il présente le jeu vidéo sous son aspect artistique et culturel, il ne s'agit pas d'un salon mercantile et donc tout est gratuit d'accès (Plantier 2016)

Au Canada, le festival « Montréal joue » est lui-même porté par les bibliothèques de la ville ; il couvre 200 évènements de jeux en bibliothèque (Leusse-le-Guillou 2015).

Jérémie Théodoloz aimerait également pouvoir créer un réseau au niveau suisse des bibliothécaires traitant du jeu vidéo, similaire à la page Facebook « Jeux vidéo en bibliothèque ». L'idée serait de bénéficier de l'expérience des autres, d'éviter de refaire les mêmes erreurs etc. La forme pourrait être une page Facebook à part ou une section dédiée sur la page Facebook « Jeux vidéo en bibliothèque ».

Une fois son service en place, la bibliothèque peut également aider d'autres associations grâce à son matériel ou son programme de jeux vidéo ; la médiathèque d'Alfortville par exemple prête sa Wii à des groupes de personnes handicapées dans le cadre d'un tel partenariat (annexe 8).

5.11.4 S'inscrire dans les mouvements culturels plus larges

Il est avisé d'utiliser la médiation du jeu vidéo de l'institution dans un cadre plus large quand cela est possible. Il existe un certain nombre d'activités culturelles tout au long de l'année et certaines peuvent trouver échos dans des thématiques ou des expériences de jeux liées aux jeux vidéo.

Par exemple, la médiathèque de Vevey a profité du festival de la danse de Vevey de 2017 pour organiser une animation « Just Dance » durant la période du festival, faisant ainsi une connexion entre son programme de médiation et le contenu culturel du festival de la ville encadrant la bibliothèque (annexe 5).

5.11.5 Intermédiaires légaux

En France, comme le prêt n'est pas officiellement légal, certains intermédiaires se proposent pour fournir des licences de prêt aux bibliothèques ; des compagnies comme Circle, CVS ou encore Colaco. Elles offrent des droits de consultation ou de prêt mais le catalogue est moins complet.

5.12 Entretien de références

Si l'option d'un service de prêt ou de disponibilité sur place est choisie, les bibliothécaires au service d'accueil de la bibliothèque doivent pouvoir renseigner les usagers.

L'interview de référence a pour but de cerner quel document peut plaire à l'usager. Nous pouvons passer par trois étapes :

Premièrement, il faut demander quel genre de jeu, d'histoire, ou de série aime le joueur. Dans un second temps, on peut enchaîner sur des questions destinées à préciser la réponse de l'usager : quel aspect préfèrent-ils dans leurs jeux (l'exploration, l'histoire racontée…). Enfin, troisième étape, on recommande un titre similaire par rapport à ces données (Gallaway 2012). Un outil comme le catalogue de Nyon ou de La Cité peut aider les bibliothèques à faire le lien entre différents jeux possédant des gameplay ou des genres similaires.

Pour mieux conseiller et pour mieux créer un catalogue pouvant orienter le lecteur, il est important de discerner les éléments distinctifs dans un jeu ; le joueur peut aimer l'un ou l'autre ou plusieurs de ces éléments : thème, histoire, gameplay, exploration, musique …. Suivant ce qu'ils ont aimé du jeu, on peut leur faire des recommandations très différentes. Certains joueurs peuvent aimer un même élément mais de façon différente (deux joueurs peuvent apprécier le thème des vampires, l'un pour les incarner, l'autre pour les détruire comme adversaires) (Gallaway 2012).

Rapport-gratuit.com
LE NUMÉRO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

5.12.1 Conseils cross-média

Nous avons vu plus haut qu'il existe également de la littérature qui peut intéresser les joueurs. Il est possible de recommander ces différents types : les périodiques sur les jeux vidéo, les guides stratégiques, les livres liés à l'univers d'un jeu vidéo (adaptation, médias crossovers…), les livres ayant pour thème le jeu vidéo ou encore les livres dont la structure est inspirée par le jeu vidéo.

Il est possible également de conseiller des livres par genres similaires aux jeux vidéo ; si un joueur aime beaucoup les jeux de science-fiction ou de fantasy, on peut lui recommander des lectures du même genre (Gallaway 2012) (Buchanan 2012).

5.13 Aspect légal

Le jeu vidéo en bibliothèque est-il légal ? La réponse est complexe. Il ne faut pas oublier l'objectif non commercial et culturel de la bibliothèque (Nicholson 2012 J).

En ce qui concerne les animations ou le jeu sur place, il n'y aurait pas de problème juridique (Béguelin 2014). Scott Nicholson relève cependant qu'un aspect problématique pourrait provenir de la musique utilisée par certains jeux musicaux ou de rythme, qui, au lieu d'avoir leur propre bande originale, reprennent des morceaux de musique ayant des droits d'auteurs particuliers pour la diffusion lors de prestations publiques – or, les animations en bibliothèques sont des prestations publiques (Nicholson 2012 J). Cependant, un bon nombre de bibliothèques et autres institutions suisses que nous avons citées utilisent des jeux de danse ou de rythmes lors d'animations et n'ont jusqu'ici pas rencontré de problème d'ordre juridique.

En ce qui concerne le prêt, en France, il n'y a que deux options légales : soit avoir l'accord des ayants droit – mais ceux-ci répondent rarement aux bibliothèques qui les contactent – soit utiliser un catalogue d'intermédiaires légaux mais qui sont malheureusement pauvres et peu intéressants. En Suisse, il y a aussi une offre officielle légale proposée via le catalogue SBB, mais celle-ci est également limitée et de peu d'intérêt. Une autre alternative consiste, comme en France, à demander l'autorisation aux ayants droit pour pouvoir prêter les jeux, avec les mêmes problèmes d'obtenir une réponse de leur part. Néanmoins, selon l'article 13 alinéa 1 de la loi sur le droit d'auteur, il est dit que quiconque loue une œuvre à des fins onéreuses des œuvres artistiques doit rémunérer son auteur (Théodoloz 2016 B). Malheureusement, le texte de loi ne fait pas état du prêt gratuit.

Aussi, de ce fait, certaines bibliothèques décident de ne pas prêter (comme le site de la Cité à Genève) (Béguelin 2014), alors que d'autres prennent la liberté de le faire ; en

effectuant mes recherches, je n'ai pas trouvé de cas de bibliothèques attaquées en justice par un producteur ou un créateur de jeux vidéo. La pratique semble tolérée, sans doute grâce au caractère non lucratif des bibliothèques. Certains grands acteurs de l'industrie semblent ouverts aux jeux en bibliothèque, comme Nintendo, qui propose même, comme nous l'avons énoncé précédemment, de prêter du matériel.

6. Recommandations pour Prilly

6.1 Collection de prêt

Je recommande de démarrer sur une collection de prêt pour console, car le prêt avec du jeu physique est plus facile, et, comparé aux paramètres PC, la console pose moins de problèmes techniques pour installer les jeux, qui sont prévus pour ses spécifications techniques. Partir sur une console portable, comme la 3DS, peut être une solution pour prêter facilement un ou deux exemplaires de la console, ce qui permettrait aux familles qui n'ont pas de jeux vidéo chez eux de profiter tout de même de la collection de prêt. La Switch de Nintendo semble avoir du potentiel, puisqu'il s'agit d'un format hybride qui peut être utilisé de façon portable mais aussi branché à une télévision – ce qui peut être pratique pour des animations.

Attention : il faut noter que si les consoles Nintendo plaisent beaucoup aux enfants et aux adultes, elles ont tendance à être perçues souvent comme trop enfantines par les adolescents qui cherchent des supports à la réputation plus « adultes ». Pour toucher les adolescents, il pourrait être intéressant dans un second temps d'acquérir une seconde collection de console, comme la Playstation 4 par exemple. L'avantage de la collection Nintendo est qu'elle est très différente de ses deux principaux concurrents et il y a moins de jeux « à double » qu'entre la X-Box et la Playstation. Mais comme les adolescents ne viennent pour l'instant que peu en bibliothèque, je conseille de les toucher dans un premier temps via les animations plutôt que la collection de prêt ; il est alors possible d'emprunter du matériel autre que Nintendo, notamment la Playstation du Service jeunesse de Prilly par exemple.

6.2 Jeu sur place

Dans le même ordre d'idée que pour la console de prêt, le matériel à disposition en libre accès pourrait permettre aux familles qui ne possèdent pas de matériel de jeux vidéo d'accéder au média. Avoir une collection de prêt axée sur une console portable avec des exemplaires de ladite console à disposition rendrait également l'utilisation sur place plus aisée ; en effet, contrairement à une console de salon qui nécessite un écran et des branchements demandant au moins six mètres carrés de place, la console portable peut s'utiliser un peu n'importe où, à l'instar des iPads actuels de la section jeunesse.

Il serait également intéressant d'utiliser les jeux dématérialisés (car moins chers à l'achat et permettant de mettre en avant de plus petites productions indépendante) via un poste PC fixe dans la bibliothèque. Il faudrait jauger si un poste PC supplémentaire peut être installé ou si celui-ci prendrait la place du poste actuel – mais la concurrence pour utiliser

le PC vis-à-vis des usagers actuels qui l'utilisent pour les recherches internet et les outils bureautiques pourrait poser problème, à moins d'instaurer des limites de temps.

6.3 Animations

Je recommande à la bibliothèque d'utiliser le jeu vidéo pour ses animations, pour toutes les qualités évoquées dans ce mémoire, mais aussi parce que la bibliothèque de Prilly a déjà accès à des salles communales dans son bâtiment pour ses animations actuelles. Pour un début, je recommande d'organiser des animations simples, qui ne demandent pas une grande expertise du média ni trop de savoir-faire technique ; des après-midi jeux, sur thématique ou non. Dans un premier temps, il peut être intéressant de jouer avec du matériel personnel ou emprunté à des partenaires – comme le Service jeunesse ou Nintendo. Il serait intéressant d'utiliser deux ou trois PC portables de jeux pour pouvoir proposer également des productions dématérialisées en animation, pour mettre en avant les auteurs indépendants. S'il est décidé d'acquérir des ordinateurs portables à cet effet, il faudrait voir ce qui serait recommandé par le service informatique.

6.4 Collection actuelle sur les iPads

La bibliothèque possède actuellement deux iPads mis à disposition des usagers côté jeunesse. Sur ceux-ci, des applications ont été installés suite aux recommandations du précédent travail de Bachelor effectué l'année passée pour la bibliothèque de Prilly. Ils sont classés en différentes catégories : 2-6 ans, 7-9 ans, 10-13 ans, Contes, Livres.

Il s'agit principalement d'applications éducatives, d'éveil (pour les plus jeunes) et de livres illustrés animés. Mais il y a quelques véritables jeux, comme Chronology, Inoqoni ou encore Amazing Alex. Ce qui distingue ces jeux des applications éducatives est la réelle présence d'un système de gameplay (par exemple de jeu de plateforme à énigme pour Chronology et Inoqoni, ou un moteur physique en deux dimensions pour Amazing Alex). Contrairement aux applications, les jeux cités peuvent également être trouvés sur des sites critiques spécialisés comme Game Kult par exemple.

Néanmoins, les véritables jeux sont minoritaires par rapport aux applications sur les tablettes pour l'instant. Il pourrait être intéressant de réunir les jeux sur des supports totalement dédiés à ceux-ci.

Je ne recommande pas d'utiliser les tablettes iPad en l'état comme support principal pour une collection de jeu vidéo ; en l'état, sans manette ou clavier, l'écran tactile rend limitée l'interaction de l'usager avec le jeu. Les croix directionnelles et boutons émulés à l'écran n'offrent pas de vrais retours sensoriels comme de boutons de manette ou des touches de clavier. Les iPads n'étant pas non plus extrêmement neufs, il n'est pas sûr

qu'ils puissent faire tourner tous les jeux disponibles. Et quitte à racheter des tablettes « de gaming », avec du matériel supplémentaire comme clavier ou manettes, il est peut-être plus judicieux d'investir dans des PC portables même peu puissants.

Néanmoins, la collection de jeu iOS en l'état est un sympathique complément à la fois aux applications et livres illustrés numériques des tablettes et à une collection de jeu à venir sur un autre support plus dédié aux jeux vidéo uniquement.

7. Conclusion

Le jeu est aujourd'hui un des premiers produits culturels au monde (Leusse-le-Guillou 2015), et les joueurs sont devenus de véritables usagers. Si les bibliothèques ignorent ce public, c'est les acteurs de l'industrie qui se chargeront de leur apporter ce qu'ils désirent et ce à des fins mercantiles (Levine 2006). Les ludothèques proposent du jeu, mais leur public cible est encore aujourd'hui plus orienté jouets et jeux de société que jeux vidéo (Béguelin 2014).

Les bibliothèques de Suisse romande pratiquant le jeu vidéo semblent encore peu nombreuses par rapport aux institutions des pays voisins. Cependant, on note un certain progrès ; lors du travail de mémoire de Fanny Béguelin en 2014, seule la bibliothèque de la Cité à Genève pratiquait les animations de jeux vidéo ; aujourd'hui, sur les bibliothèques interviewées, pratiquement toutes le font. Il y a une véritable reconnaissance des capacités de médiations culturelles du média.

L'ajout de ce service pourrait apporter une véritable valeur ajoutée à la bibliothèque de Prilly, qui la différencierait d'autres institutions de la région lausannoise qui n'ont pas encore adopté le jeu vidéo dans leur offre.

Bibliographie

Advocacy. *Gaming @ your library* [en ligne]. 12.02.2012. [Consulté le 17.04.2017]. Disponible à l'adresse : http://gaming.ala.org/resources/index.php?title=Advocacy

ALBERTINI, Stéphane, 2014. Atelier Game Older à la Gaîté Lyrique [enregistrement vidéo]. *YouTube* [en ligne]. 03.02.2014. [Consulté le 14.04.2017]. Disponible à l'adresse : https://www.youtube.com/watch?v=Sn_60Du0Q38

Älinéaire 2017. *Alineaire : artistic game collective* [en ligne]. 2017. [Consulté le 13.07.2017]. Disponible à l'adresse : http://www.alineaire.fr/

American Library Association, 2017. Obstacles and Challenges. *Games & Gaming Round Table : a round table of the American Library Association* [en ligne]. 2017. [Consulté le 17.04.2017]. Disponible à l'adresse : http://www.ala.org/gamert/obstacles-and-challenges

The Atlantic Provinces Library Association, 2016. Jeux@la bibliothèque : Suggestions d'activités pour votre succursale. *APLA* [en ligne]. 16-22.10.2016. [Consulté le 12.04.2017]. Disponible à l'adresse : http://apla.ca/?q=node/101

Association M05.com [en ligne]. 2017. [Consulté le 07.07.2017]. Disponible à l'adresse : http://mo5.com/asso/category/actualite/

BENRUBI, David-Jonathan, 2008. Et nous ? Enquête sur les consommations culturelles des personnes travaillant en bibliothèque (lectures, audiovisuel, culture numérique). *ENSSIB* [en ligne]. 12.2008. [Consulté le 20.07.2017]. Disponible à l'adresse : https://www.google.ch/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0ahUKEwi5tO7GhJfUAhWCyRoKHWJXCj4QFggtMAE&url=http%3A%2F%2Fwww.enssib.fr%2Fbibliotheque-numerique%2Fdocuments%2F21293-et-nous-enquete-sur-les-consommations-culturelles-des-personnes-travaillant-en-bibliotheque-lectures-audiovisuel-culture-numerique.pdf%3Ftelecharger%3D1&usg=AFQjCNF7wT6bhVI9ive0uGjOlv5BDxv5Mw&cad=rja

BISHOFF, Carolyn, FARRELL, Shannon L., NEESER Amy E., 2015. Outreach, Collaboration, Collegiality : Evolving Approaches to Library Video Game Services. *Journal of Library Innovation [*en ligne]. 2015. Vol. 6, N°1, pp. 92-109. [Consulté le 01.05.2017]. Disponible à l'adresse : http://web.b.ebscohost.com/ehost/viewarticle/render?data=dGJyMPPp44rp2%2fdV0%2bnjisfk5Ie45PFIs6yuTLCk63nn5Kx95uXxjL6rrUuupbBIr62eSriprlKxqZ5Zy5zyit%2fk8Xnh6ueH7N%2fiVbCnsE%2b3prVNt6ekhN%2fk5VXj5KR84LPqgeac8nnls79mpNfsVa%2bmsUm2rrZJsJzkh%2fDj34y75uJ%2bxOvqhNLb9owA&vid=9&sid=f45d5779-0096-4181-b8de-92138afa55aa@sessionmgr101&hid=101 [sur abonnement]

BOTTALICO, Lola, 2014. MISSUD, Alice. Quand les seniors prennent les manettes [enregistrement vidéo]. *YouTube* [en ligne]. 09.10.2014. [Consulté le 14.04.2017]. Disponible à l'adresse : https://www.youtube.com/watch?v=Fsua9hSRW0E

BOUYSSE, Louis, 2016. Conférence « Le jeu vidéo, au-delà des bienfaits et méfaits » Médiation Jeux vidéo résumé – 24-09-2016 [enregistrement vidéo]. YouTube [en ligne]. 02.11.2016. [Consulté le 14.04.2017]. Disponible à l'adresse : https://www.youtube.com/watch?v=RC8jy7c_3dY

BRUN, Cécile, PICHARD, Olivier, 2017. *Atelier Sentô* [en ligne]. 2017. [Consulté le 07.07.2017]. Disponible à l'adresse : http://ateliersento.com/

CANU, N., ROUE, J, 2013. « Game older » : quand les seniors goûtent aux jeux [enregistrement vidéo]. *YouTube* [en ligne]. 10.10.2013. [Consulté le 14.04.2017]. Disponible à l'adresse : https://www.youtube.com/watch?v=ait2xAffYec

Centre National du Cinéma et de l'image animée, 2013. Les pratiques de consommation de jeux video des Français. *CNC.fr* [en ligne]. 09.2013. [Consulté le 13.07.2017]. Disponible à l'adresse : http://www.cnc.fr/web/fr/publications/-/ressources/4117616

Centre National du Cinéma et de l'image animée, 2015. Les pratiques de consommation de jeux video des Français. *CNC.fr* [en ligne]. 28.10.2015. [Consulté le 13.07.2017]. Disponible à l'adresse : http://www.cnc.fr/web/fr/publications/-/ressources/7870223

COURTNEY, 2008. Gaming in libraries. *Techsoup for libraries* [en ligne]. 29.10.2008. [Consulté le 17.04.2017]. Disponible à l'adresse : http://www.techsoupforlibraries.org/planning-for-success/innovation/gaming-in-libraries

CZARNECKI, Kelly Nicole, 2010. *Gaming in Libraries*. Londres : Facet Publishing, 2010. The Tech Set, 9. ISBN 978-1-85604-729-6

DEVRIENDT, Julien, 2013. Le jeu vidéo et le projet d'animation : Pourquoi aller jouer aux jeux vidéo en bibliothèque ? *Blog.animatic.fr* [en ligne]. 31.07.2013. [Consulté le 03.04.2017]. Disponible à l'adresse : http://animtic.tumblr.com/post/56968538494/le-jeu-vid%C3%A9o-et-le-projet-danimation-pourquoi

DIMITRI, LUCIEN, 2017. *Lucien et Dimitri jouent aux jeux vidéo* [en ligne]. 2017. [Consulté le 20.07.2017]. Disponible à l'adresse : http://lucienetdimitrijouentauxjeuxvideo.blogspot.ch/

DRES, Hélène, 2010. *Le jeu et la bibliothèque : un outil pour changer d'image ou un réel changement ?* [en ligne]. Paris : Université Paris Ouest – Nanterre – La Défense, 2009-2010. [Consulté le 03.05.2017]. Disponible à l'adresse : http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/49083-le-jeu-et-la-bibliotheque-un-outil-pour-changer-d-image-ou-un-reel-changement.pdf

Espace numérique MJC de Bron, 2017. *Cyber-base : le numérique, avec vous* [en ligne]. 2017. [Consulté le 07.07.2017]. Disponible à l'adresse : http://epn.mjcbron.fr/

ETR, 2017. *Réalité virtuelle : actualités et applications VR | ETR.fr* [en ligne]. 2017. [Consulté le 07.07.2017]. Disponible à l'adresse : http://www.etr.fr/

GALLAWAY, Beth. NICHOLSON, Scott, 2012. Gaming in Libraries Course Session 20a Guest Speaker - Beth Gallaway [enregistrement video]. *YouTube* [en ligne]. 17.09.2012. [Consulté le 24.04.2017]. Disponible à l'adresse : https://www.youtube.com/watch?v=eUdFG6PPmH4

GAUDION, Anne-Gaëlle, 2014. Le jeu vidéo en bibliothèque : services et médiation. *SlideShare* [en ligne]. 18.11.2014. [Consulté le 14.04.2017]. Disponible à l'adresse : https://fr.slideshare.net/angiegaudion/les-jeux-video-en-bibliothque-services-et-mediation

GOMES, Paula Pinto, 2013. Atelier jeux vidéo « Game older » à la Gaîté Lyrique [enregistrement vidéo]. *YouTube* [en ligne]. 19.04.2013. [Consulté le 14.04.2017]. Disponible à l'adresse : https://www.youtube.com/watch?v=sC1lg0dkpeQ

HUTCHISON, David, 2009. Video Games : Ideas for Teaching and Library Media Links. *School Library Media Activities Monthly* [en ligne]. 03.2009. Vol. 25, N°7, pp. 56-58. [Consulté le 03.05.2017]. Disponible à l'adresse : http://web.b.ebscohost.com/ehost/viewarticle/render?data=dGJyMPPp44rp2%2fdV0%2bnjisfk5Ie45PFIs6yuTLCk63nn5Kx95uXxjL6rrUuupbBIr62eSriprlKxqZ5Zy5zyit%2fk8Xnh6ueH7N%2fiVbCnsE%2b3prVNt6ekhN%2fk5VXj5KR84LPqgeac8nnls79mpNfsVbGsskq2rLFPpNztiuvX8lXu2uRe8%2bLqbOPu8gAA&vid=10&sid=f45d5779-0096-4181-b8de-92138afa55aa@sessionmgr101&hid=101 [sur abonnement]

Interactive Software Federation of Europe, 2012. Videogames in Europe : consumer study : Switzerland November 2012. *Swiss Interactive Entertainment Association* [en

ligne]. 11.2012. [Consulté le 29.05.2017]. Disponible à l'adresse : http://siea.ch/wordpress/wp-content/files/Switzerland-ISFE-Consumer-Study.pdf

JEAN, 2013. De l'intérêt de créer des jeux vidéo en médiathèque. *Media en Lab* [en ligne]. 2013. [Consulté le 03.05.2017]. Disponible à l'adresse : http://www.mediaenlab.com/creer-des-jeux-video-en-mediatheque/

JEAN, 2014. Création de jeu : quel outil de développement ? *Media en Lab* [en ligne]. 2014. [Consulté le 10.07.2017]. Disponible à l'adresse : http://www.mediaenlab.com/creation-jeux-quel-outil-choisir/

LAURENT, 2009. Dans une animation en bibliothèque, l'important ce n'est pas le jeu, c'est l'expérience de jeu, en fonction de l'objectif de la bibliothèque. *Jeux vidéo et bibliothèque** [en ligne]. 19.12.2009. [Consulté le 10.04.2017]. Disponible à l'adresse : http://www.jvbib.com/blog/index.php/dans-une-animation-jeu-en-bibliotheque-limportant-ce-nest-pas-le-jeu-cest-lexperience-de-jeu-en-fonction-de-lobjectif-de-la-bibliotheque/

LAURENT, 2011. L'espace jeux vidéo de la Gaîté Lyrique : un exemple de médiation. *Jeux vidéo et bibliothèque** [en ligne]. 2011. [Consulté le 10.04.2017]. Disponible à l'adresse : http://www.jvbib.com/blog/index.php/lespace-jeux-video-de-la-gaite-lyrique-un-exemple-de-mediation/

LAURENT, 2010. L'heure du conte…, interactif (une utilisation possible du jeu vidéo en bibliothèque). *Jeux vidéo et bibliothèque** [en ligne]. 21.10.2010. [Consulté le 10.04.2017]. Disponible à l'adresse : http://www.jvbib.com/blog/index.php/lheure-du-conte-interactif-une-utilisation-possible-du-jeu-video-en-bibliotheque/

LEUSSE-LE-GUILLOU, Sonia de, 2015. La médiation numérique pour les adolescents en bibliothèque. *Takam Tikou* [en ligne]. 2015. [Consulté le 12.04.2017]. Disponible à l'adresse : http://takamtikou.bnf.fr/dossiers/dossier-2015-culture-num-rique-la-biblioth-que-enrichie/la-m-diation-num-rique-pour-les-ado

LEVINE, Jenny, 2006. Chapter 6 : case studies : public libraries. *Library Technology Reports* [en ligne]. 09-10.2006. Vol.42, pp.45-55. [Consulté le 14.07.2017]. Disponible à l'adresse : https://journals.ala.org/index.php/ltr/article/view/4322/4976

MOESCHLER, Olivier, POKU, Alain Herzig 2016. Pratiques culturelles et de loisirs en Suisse. *Confédération suisse : Office fédéral de la statistique* [en ligne]. 15.04.2016. [Consulté le 25.07.2017]. Disponible à l'adresse : https://www.bfs.admin.ch/bfsstatic/dam/assets/349945/master

MONDON, Jérémie, 2016. Qui sommes-nous ? *Le Scaphandre : ateliers numériques & culturels : enfants, ados, adultes.* 2016 [Consulté le 07.07.2017]. Disponible à l'adresse : http://le-scaphandre.reseaudesassociations.fr/fr/information/46575/qui-sommes-nous

NemcoShow, 2015. *Nemcoshow.fr* [en ligne]. 2015. [Consulté le 14.07.2017]. Disponible à l'adresse : http://nemcoshow.fr/

NEUHAUS, Mélina, 2017. *Stratégie de contenu web* [document PDF]. Support de cours : Cours « Animations de communautés virtuelles », Haute école de gestion de Genève, filière Information documentaire, année académique 2016-2017.

NICHOLSON, Scott, 2010. *Everybody plays at the library : creating great gaming experiences for all ages.* Medford, New Jersey : Information Today Inc., 2010. ISBN 978-1-57387-398-7

NICHOLSON, Scott, 2012 A. Gaming in Libraries Course Session 6 – Library/Game Interactions [enregistrement video]. *YouTube* [en ligne]. 17.09.2012. [Consulté le 19.04.2017]. Disponible à l'adresse : https://www.youtube.com/watch?v=H1EzvnBz2Qo

NICHOLSON, Scott, 2012 B. Gaming in Libraries Course Session 7 – A Brief History [enregistrement video]. *YouTube* [en ligne]. 17.09.2012. [Consulté le 19.04.2017]. Disponible à l'adresse : https://www.youtube.com/watch?v=iN9wV0FObX8

NICHOLSON, Scott, 2012 C. Gaming in Libraries Course Session 8 – Surveys about Gaming in Libraries [enregistrement video]. *YouTube* [en ligne]. 17.09.2012. [Consulté le 19.04.2017]. Disponible à l'adresse : https://www.youtube.com/watch?v=Rbc9Gvj9Yks

NICHOLSON, Scott, 2012 D. Gaming in Libraries Course Session 9 – A Conceptual Framework for the Library Game Experience [enregistrement video]. *YouTube* [en ligne]. 17.09.2012. [Consulté le 19.04.2017]. Disponible à l'adresse : https://www.youtube.com/watch?v=tAcgp73sL0w

NICHOLSON, Scott, 2012 E. Gaming in Libraries Course Session 16 – Selecting Games [enregistrement video]. *YouTube* [en ligne]. 17.09.2012. [Consulté le 21.04.2017]. Disponible à l'adresse : https://www.youtube.com/watch?v=1P7rc_4-z1I

NICHOLSON, Scott, 2012 F. Gaming in Libraries Course Session 17 – Marketing and Partnerships [enregistrement video]. *YouTube* [en ligne]. 17.09.2012. [Consulté le 21.04.2017]. Disponible à l'adresse : https://www.youtube.com/watch?v=SFIEAiGtyiQ

NICHOLSON, Scott, 2012 G. Gaming in Libraries Course Session 18 -- Building a Game Collection [enregistrement video]. *YouTube* [en ligne]. 17.09.2012. [Consulté le 21.04.2017]. Disponible à l'adresse : http://www.youtube.com/watch?v=tOOb-0j-LrA

NICHOLSON, Scott, 2012 H. Gaming in Libraries Course Session 19 - Running a Gaming Program [enregistrement video]. *YouTube* [en ligne]. 17.09.2012. [Consulté le 24.04.2017]. Disponible à l'adresse : https://www.youtube.com/watch?v=pTLYI5mPyOY

NICHOLSON, Scott, 2012 I. Gaming in Libraries Course Session 20 - Assessment [enregistrement video]. *YouTube* [en ligne]. 17.09.2012. [Consulté le 24.04.2017]. Disponible à l'adresse : https://www.youtube.com/watch?v=Z36DmWwdm3w

NICHOLSON, Scott, 2012 J. Gaming in Libraries Course Session 21 - Concerns about Gaming in Libraries [enregistrement video]. YouTube [en ligne]. 17.09.2012. [Consulté le 24.04.2017]. Disponible à l'adresse : https://www.youtube.com/watch?v=XFuTdK94WkM

PANTHAA, 2017. Ces nouveaux joueurs qui font grossir les statistiques du marché … *Jeuxvideo.com* [en ligne]. 28.03.2017. [Consulté le 03.07.2017]. Disponible à l'adresse : http://www.jeuxvideo.com/news/630815/ces-nouveaux-joueurs-qui-font-grossir-les-statistiques-du-marche.htm

PERREAU, Sarah, 2015. Etat des lieux et perspectives des jeux vidéo dans les bibliothèques de lecture publique. *ENSSIB* [en ligne]. 09.2015. [Consulté le 20.07.2017]. Disponible à l'adresse : http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/66791-etat-des-lieux-et-perspectives-des-jeux-video-dans-les-bibliotheques-de-lecture-publique.pdf

PLANTIER, Muriel, 2016. Julien Fabre : « Le jeu vidéo est un objet culturel ». *Midi Libre* [en ligne]. 09.12.2016. [Consulté le 20.07.2017]. Disponible à l'adresse : https://www.nexis.com/docview/getDocForCuiReq?lni=5MBV-0Y41-JCT4-6038&csi=280434&oc=00240&perma=true [sur abonnement]

PONT, Jeanne, 2017. *Médiation culturelle, informationnelle et numérique* [document PDF]. Support de cours : Cours « Médiation culturelle », Haute école de gestion de Genève, filière Information documentaire, année académique 2016-2017.

PROST, Julien, 2015. Jeu video en bibliothèque, approche pratique. *Bibliomedia* [en ligne]. 05.2015. [Consulté le 20.07.2017]. Disponible à l'adresse :

Rapport-gratuit.com LE NUMÉRO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

http://www.bibliomedia.ch/fr/offres/offres_bibliotheques/Jeux_video/2015-05_jeux_video_en_bib_support_de_cours.pdf

ROBBINS, Brandon, 2015. Games, gamers, & gaming : to download or not to download ? *Library Journal* [en ligne] 05.2015. [Consulté le 08.07.2017]. Disponible à l'adresse : http://web.b.ebscohost.com/ehost/viewarticle/render?data=dGJyMPPp44rp2%2fdV0%2bnjisfk5Ie45PFIs6yuTLCk63nn5Kx95uXxjL6rrUuupbBIr62eSriprlKxqZ5Zy5zyit%2fk8Xnh6ueH7N%2fiVbCnsE%2b3prVNt6ekhN%2fk5VXj5KR84LPqgeac8nnls79mpNfsVa%2bmsEi2p7NRtZzkh%2fDj34y75uJ%2bxOvqhNLb9owA&vid=28&sid=f45d5779-0096-4181-b8de-92138afa55aa@sessionmgr101&hid=101 [sur abonnement]

SAMARA, Timothy, 2014. *Le design graphique par le dessin*. Paris : Eyrolles, 2014. ISBN 978-2-212-13806-1

SANCHEZ, José Luis Gonzalès, VELA, Francisco Luis Gutierrèz, SIMARRO, Francisco Montero, PADILLA-ZEA, Natalia, 2012. Playability : analysing user experience in video games. *Behaviour and information technology* [en ligne]. 10.2012. [Consulté le 20.07.2017]. Disponible à l'adresse : http://dx.doi.org/10.1080/0144929X.2012.710648 [sur abonnement]

SASSOON, Gabriel, 2015. Geeks et gamers ont trouvé leur sanctuaire. *La Tribune de Genève* [en ligne]. 01.03.2015. [Consulté le 05.05.2017]. Disponible à l'adresse : http://www.tdg.ch/high-tech/jeux/Geeks-et-gamers-ont-trouve-leur-sanctuaire/story/24671440

SCHMIDT, Aaron, 2006. Are you game ? *School Library Journal* [en ligne]. 06.2006. pp. 52-54. [Consulté le 01.05.2017] Disponible à l'adresse : http://web.b.ebscohost.com/ehost/viewarticle/render?data=dGJyMPPp44rp2%2fdV0%2bnjisfk5Ie45PFIs6yuTLCk63nn5Kx95uXxjL6rrUuupbBIr62eSriprlKxqZ5Zy5zyit%2fk8Xnh6ueH7N%2fiVbCnsE%2b3prVNt6ekhN%2fk5VXj5KR84LPqgeac8nnls79mpNfsVbCnrlC2rLNPpNztiuvX8lXu2uRe8%2bLqbOPu8qAA&vid=5&sid=f45d5779-0096-4181-b8de-92138afa55aa@sessionmgr101&hid=101 [sur abonnement]

Swiss Interactive Entertainement Association, 2013. Conférence de presse : 29 janvier 2013. *SIEA.ch* [en ligne]. 29.01.2013. [Consulté le 05.05.2017]. Disponible à l'adresse : http://siea.ch/wordpress/wp-content/files/SIEA-ConferencePresse-Jan2013.pdf

TAUZIAC, Alexandra, 2015. Ces jeux qui deviennent des objets de collection. *Sud-Ouest* [en ligne]. 03.05.2015. [Consulté le 15.07.2017]. Disponible à l'adresse : https://www.nexis.com/docview/getDocForCuiReq?lni=5FWW-9HW1-DY8D-30GB&csi=280434&oc=00240&perma=true [sur abonnement]

THEODOLOZ, Jérémie, 2016 A. Jeu vidéo en bibliothèque : image(s) du jeu vidéo [document PDF]. Support de cours : Cours « Jeux vidéo en bibliothèque », Haute école de gestion de Genève, filière Information documentaire, année académique 2016-2017.

THEODOLOZ, Jérémie, 2016 B. Jeu vidéo en bibliothèque : pratiques et interactions [document PDF]. Support de cours : Cours « Jeux vidéo en bibliothèque », Haute école de gestion de Genève, filière Information documentaire, année académique 2016-2017.

Team G, 2011. Videogame Collection Development : Issues and Best Practices. *American Library Association* [en ligne]. 2011. [Consulté le 03.05.2017]. Disponible à l'adresse : https://connect.ala.org/node/149186

TILLY, Nicolas, 2011. Outside#5 – La Zone (Gaîté Lyrique) [enregistrement vidéo]. *Vimeo* [en ligne]. 2011. [Consulté le 12.04.2017]. Disponible à l'adresse : https://vimeo.com/23522001

Tournoi Just Dance. *Le Régional* [en ligne]. 05.05.2017 [Consulté le 06.07.2017]. Disponible à l'adresse : http://www.leregional.ch/N93163/tournoi-just-dance.html

Valve Corporation, 2015. Programme de license de site Steam. *Steam* [en ligne]. 2015. [Consulté le 02.07.2017]. Disponible à l'adresse : https://support.steampowered.com/kb_article.php?ref=3303-QWRC-3436&l=french

WELCH, Rollie, 2008. From platforms to books ? I'm game. *Young Adult Library Services* [en ligne]. 2008, pp. 30-31. [Consulté le 01.05.2017]. Disponible à l'adresse : http://web.b.ebscohost.com/ehost/viewarticle/render?data=dGJyMPPp44rp2%2fdV0%2bnjisfk5Ie45PFIs6yuTLCk63nn5Kx95uXxjL6rrUuupbBIr62eSriprlKxqZ5Zy5zyit%2fk8Xnh6ueH7N%2fiVbCnsE%2b3prVNt6ekhN%2fk5VXj5KR84LPqgeac8nnls79mpNfsVbCutUm1qLJKpNztiuvX8lXu2uRe8%2bLqbOPu8gAA&vid=8&sid=f45d5779-0096-4181-b8de-92138afa55aa@sessionmgr101&hid=101 [sur abonnement]

Annexe 1 : Interview - Bibliothèque de Carouge

1. **Quel(s) services(s) vidéoludiques proposez-vous à vos usagers (prêt, jeu sur place, animations) ? Pourquoi avoir choisi l'un ou l'autre de ces aspects ?**

Nous faisons du prêt uniquement. Nous avons le problème inverse de beaucoup d'autres bibliothèques : nous n'avons pas de problème de budget, par contre nous avons un manque de place et de moyens humains. Faire une animation dans nos locaux poserait problème, surtout les après-midis.

Il y a une salle pour les contes mais elle ne se trouve pas au même endroit que la bibliothèque. Il est difficile de défendre auprès de la municipalité de louer cette salle pour jouer aux jeux vidéo.

2. **Si vous organisez des animations, de quels types d'animations s'agit-il (initiation, heure du conte, conférence, atelier créatif ...) ?**

-

3. **Quelle expérience de jeu unique peut apporter la bibliothèque par rapport au jeu chez soi, selon vous ?**

La bibliothèque peut permettre de tester, voire de terminer un jeu sans avoir à le payer – tout le monde n'a pas le budget pour s'acheter beaucoup de jeux.

Il y a aussi la médiation : nous suivons le PEGI, mais dès qu'un lecteur a 16 ans, nous le laissons emprunter ce qu'il veut. Après, nous offrons du conseil aux parent, nous les rassurons au niveau de notre sélection, nous expliquons que ce qu'ils trouveront à la bibliothèque est de qualité.

4. **Avez-vous recours à des animateurs externes spécifiques au domaine du jeu vidéo ? Si oui, lesquels ?**

-

5. **Avez-vous des partenariats spécifiques dans le domaine du jeu vidéo ?**

Non. Nos derniers achats en magasins spécialisés ont été faits chez Virtua Dream / Game kult, mais c'était une mauvaise expérience. Nous n'avons pas essayé de prendre contact avec les éditeurs de jeux vidéo.

Nous commandons beaucoup sur Cede.ch, ce qui est pratique et rapide. Le seul problème : pas de stock.

Nous envisageons de nous refaire un compte chez la Fnac. La problématique d'une collection de prêt vient du fait que les jeux sont rapidement obsolètes. L'absence de carte de crédit attribuée à la bibliothèque empêche de commander sur bon nombre de sites internet.

Il y a aussi le montant : à partir d'un certain prix, nous devons faire un appel d'offre. Pour l'instant, nous n'avons jamais dû le faire, nos achats n'ont pas été si importants.

6. **Avez-vous considéré les formes récentes d'expériences sociales autour du jeu vidéo, comme le streaming, pour des animations en bibliothèque ?**

Non. D'un point de vue questions techniques, nous n'avons pas ces moyens.

Mais nous avons remarqué que les publications qui recueillent le plus de mentions « j'aime » sur page notre page Facebook sont celles sur le jeu vidéo.

7. **Êtes-vous intéressés par les collaborations et évènements interbibliothèques (comme le tournoi interbibliothèque de League of Legends « LoL en BiB » par exemple) ?**

Pas de coopération entre bibliothèques pour l'instant. J'ai pu rencontrer lors d'un cours sur les jeux vidéo Béatrice Larcinese et Jérémie Théodoloz, avec qui j'ai eu quelques échanges mais sans plus.

Les collaborations sont difficiles à mettre en place au niveau financier, car les bibliothèques dépendent de tutelles différentes.

8. **Quels publics servez-vous avec votre service (jeunes, adolescents, adultes, seniors, étudiant, famille, intergénérationnel etc.) ?**

Nous sommes ouverts à tous, nous n'avons pas de statistiques précises. Nos jeux sont pris dans toutes les tranches d'âge. Ils sont théoriquement rangés en section adulte mais recoupent tous les âges. Le prêt est fait selon le PEGI. Le système de tranche d'âge était déjà mis en place pour nos DVDs , nous avons gardé les mêmes segmentations, un peu adaptées aux PEGI. Tous les jeux sont libres d'accès pour les lecteurs dès 16 ans.

La carte scannée par le logiciel SIGB donne l'âge de l'emprunteur à l'écran.

Certains parents empruntent des jeux 16 ans sur leur compte pour leurs enfants de 12 ans.

9. **Quels moyens de communication / marketing utilisez-vous pour promouvoir votre service de jeu vidéo ? Comment arrivez-vous à toucher les publics cités au point précédent ?**

Nous utilisons Facebook pour les animations. Sinon, nous ne faisons pas de promotion particulière pour les fonds. Nous comptons sur le bouche-à-oreille. Nous ne faisons pas de médiation, et nous n'utilisons pas de moyens particuliers pour les mettre en avant. Il arrive qu'il y ait une mise en avant ponctuel comme par exemple le prêt d'objet emballé, mais ce n'est pas spécifique aux jeux vidéo.

10. **L'ajout du service vidéoludique vous a-t-il permis de faire venir de nouveaux usagers en plus de vos lecteurs habituels ?**

Notre service de jeux vidéo a été mis en place en mars 2016, nos statistiques de fin d'année ont montré que ça a eu du succès.

11. **Lors de la mise en place du service, avez-vous réalisé de la communication ou de l'événementiel pour accompagner son introduction ?**

Nous avons pris une photo du fonds pour la poster sur la page Facebook, et c'est tout. Nous avons aussi parlé aux gens du service quand ils s'inscrivent, et distribué une plaquette. Mais rien de plus.

12. **Avez-vous rencontré de l'hostilité par rapport à la place du jeu vidéo en bibliothèque de la part de certains usagers ? Si oui, comment avez-vous réglé le problème ? Avez-vous pensé à une solution proactive possible ?**

Il y a eu une mention au conseil municipal par un élu PLR qui dénonçait la place de jeux vidéo violents dans la bibliothèque. Ce qui montrait surtout qu'il ne connaissait pas la bibliothèque et venait de découvrir le site que nous avions des jeux vidéo.

Mais nous n'avons pas eu de retour négatif des lecteurs.

13. **Avez-vous développé des outils spécifiques pour gérer vos jeux vidéo (ex : catalogue et notices spécifiques, outils d'acquisition, de diffusion, fiches techniques sur le matériel etc.) ? Seriez-vous prêts à partager vos outils et méthodes et nous fournir quelques exemples ?**

Aucun. Nous avons juste rajouté le critère « console » dans le catalogue pour pouvoir chercher les jeux par consoles.

14. **Pensez-vous qu'il soit nécessaire d'être un joueur / passionné de jeu vidéo pour maintenir un service vidéoludique en bibliothèque ? Quels outils ou méthodes peuvent aider les bibliothécaires novices ?**

Pour mettre en place un fond, il ne faut pas forcement être passionné, mais jouer aux jeux vidéo et connaître le média.

Après, pour tenir le fonds, tout le monde peut le faire, même les non joueurs. Il y a maintenant beaucoup de moyen, Electre a par exemple des fiches sur les jeux vidéo. Il y a des moyens de se renseigner sur internet.

15. **Avez-vous fait suivre une formation dans le domaine du jeu vidéo à vos bibliothécaires ? Si oui laquelle ?**

Non, juste un mail explicatif pour expliquer notre nouveau service.

Nous avons fait quelques soirées jeux entre collègues. La plupart avaient déjà touché une console ou une manette. Donc pas vraiment besoin.

Mon conseil : donner une manette et faire jouer à des jeux accessibles.

16. **Combien coûte votre service vidéoludique annuellement ? Avez-vous une idée également des coûts de mise en place / de lancement d'un tel service (achat de matériel notamment) ?**

Pour créer le fonds : un budget de 5000 francs pour l'acquisition de base.

Nous avons environ 3'700 francs par année pour nouvelle acquisitions.

17. **Cet investissement s'est-il révélé bénéfique pour votre bibliothèque depuis l'introduction du service ?**

Oui. Les gens empruntent, donc ça fonctionne. La problématique de Carouge, c'est que nous avons peu de place. On essaie d'avoir ce qui marche bien pour que ça tourne. Nous faisons de la lecture publique, de loisir, on essaie donc de servir goût des usagers.

Quand le fonds ne marche pas, on abandonne ou on fait de la médiation mais jusqu'ici nous n'avons pas eu ce problème.

18. **Avez-vous considéré des solutions pour le prêt des jeux dématérialisés (préinstaller le jeu sur disque externe (USB, CD…) par exemple) ?**

Les clés d'activation sur les comptes STEAM empêche le prêt PC.

L'informatique est déjà une certaine source de problèmes à Carouge, il est dur de faire bouger les choses quand on a besoin de faire installer des programmes. Donc pour plus de simplicité, nous avons décidé de nous en tenir aux consoles.

Si le service d'une bibliothèque a des informaticiens compétents et prêts à s'investir, il doit y avoir des possibilités à trouver.

Les codes d'activation posent les mêmes problèmes que les figurines amiibo chez les consoles Nintendo.

La 3DS possède un gros catalogue pour les plus jeunes, ça marche très bien à Nyon par exemple. Mais nous n'avons pas fait ce choix ici, nous n'avons que les jeux de consoles de salon. Nous surveillons actuellement la Switch, mais nous attendons que le catalogue s'étende.

Annexe 2 : Interview - Bibliothèque de la Cité (Genève)

1. **Quel(s) services(s) vidéoludiques proposez-vous à vos usagers (prêt, jeu sur place, animations) ? Pourquoi avoir choisi l'un ou l'autre de ces aspects ?**

Nous ne faisons que des animations, pas de prêt – ou alors involontairement via nos anciens CD-ROMS où il peut encore se trouver des vieux jeux que nous n'avons pas désherbés.

2. **Si vous organisez des animations, de quels types d'animations s'agit-il (initiation, heure du conte, conférence, atelier créatif ...) ?**

- Des après-midi jeux (ils ne demandent pas trop de préparation, les collègues bibliothécaires peuvent gérer l'évènement tous seuls. Il s'agit d'une animation de base).
- Des ateliers créations de jeux (nous faisons venir des gens de l'extérieur comme Sandro Dall'Aglio (un Coin de pixel) et à travers lui d'autres créateurs de jeux vidéo, comme les entreprises suisses romandes comme Tchagata Games ou Sunny Side
- Des conférences.
- Des animations sur le jeu vidéo suisse : idée de faire découvrir la production suisse.
- Des animations « Move your fingers » : des jeux sur tablette et multijoueurs, où l'on peut se retrouver plusieurs autour d'une tablette. Le doigt étant un outil très accessible, les gens testent volontiers.
- Des animations *Retrogaming.*
- Des apéro-jeu, dans le but de toucher un public plus adulte.
- Des ateliers sur le Let's play : utiliser le jeu comme prétexte pour parler de la capture vidéo, la gestion de communauté. Ca touche un public adolescent.
- *Makey makey* : des ateliers de création/bricolage. L'idée est de créer un contrôleur ou une borne d'arcade en bricolant etc. Il faut faire à l'avance une partie et permettre aux enfants de les customiser.
- Des Atelier papercrafts.
- Des Heures du contes.
- Expo jeu vidéo : expo oujevipo : exploration média jeu vidéo, volonté de se mettre des limites (comme exercice de style) > expo où la limite est la borne d'arcade.

3. **Quelle expérience de jeu unique peut apporter la bibliothèque par rapport au jeu chez soi, selon vous ?**

Il y a deux orientations possibles : soit s'axer multijoueur et coopération, et essayer de faire varier la composition des groupes, faire se rencontrer les participants, faire jouer des inconnus entre eux etc. Ou alors s'axer découverte : jeux indépendants peu connus, médiation documentaire etc.

On peut également proposer des jeux un peu connus, mais offrir une différence à travers l'organisation autour en la rendant importante (comme par exemple des tournois avec des prix à gagner ou plusieurs petits tournois sur des jeux différents).

4. **Avez-vous recours à des animateurs externes spécifiques au domaine du jeu vidéo ? Si oui, lesquels ?**

Sandro Dall'Aglio et les studios de jeux suisses (cf. question 2). Il s'agit lors de journée du jeu de faire venir des créateurs de jeux ; il peut s'agir, suivant l'atelier, de level designers, game

designers, codeurs, artistes et/ou musiciens. Généralement il y a une personne de base qui revient mais il y a une rotation de la part des autres participants.

Ces partenaires peuvent être intéressés à venir animer en bibliothèque, particulièrement s'il s'agit de petits studios qui essaient de se lancer. Le jeu vidéo étant encore assez neuf en Suisse, ces studios cherchent une légitimité à cet art. Néanmoins, les artistes peuvent parfois trouver les contraintes de ce genre d'évènement trop lourdes (les compensations financières ne sont pas énormes, il faut parfois adapter son style etc.). Généralement, on préfère utiliser un logiciel facile à utiliser plutôt que faire venir une énorme équipe pour coder un jeu compliqué.

5. **Avez-vous des partenariats spécifiques dans le domaine du jeu vidéo ?**

A l'époque, nous avions Miximage Nyon, ainsi qu'un magasin spécialisé genevois. Nous travaillions beaucoup avec les jeux d'occasion (puisque nous ne les prêtons pas mais que nous les utilisons pour les animations, ils n'avaient pas besoin d'être achetés neufs). C'était un partenariat intéressant d'un point de vue financier mais il n'avait pas beaucoup d'intérêt côté découverte. Il s'agissait aussi d'une époque où les magasins spécialisés déclinaient ; aussi, cela nous a posé quelques problèmes au niveau de la fourniture de matériel.

Nous avons un partenariat avec Nintendo qui fonctionne toujours bien. La succursale suisse de Nintendo – par l'intermédiaire de Saïd Tirani - relaie les chaînes de Nintendo en Suisse. Elle collabore volontiers avec les bibliothèques et les autres institutions culturelles en Suisse, en mettant à disposition un parc de jeux avec consoles tout en main. Ce matériel est livré gratuitement, sans imposer de publicité (ils proposent un visuel mais ils n'imposent pas de logo). Ils offrent également des goodies mais rien n'est obligatoire. Si on veut faire concours, ils proposent des prix à remporter ; nous n'utilisons pas cette dernière offre car c'est un peu délicat pour une bibliothèque publique, puisqu'on peut franchir la barrière du sponsoring.

6. **Avez-vous considéré les formes récentes d'expériences sociales autour du jeu vidéo, comme le streaming, pour des animations en bibliothèque ?**

Non rien pour l'instant. Mais c'est en projet : nous aimerions faire un atelier twitch, où les gens apprendraient ce qu'est ce site de streaming, découvriraient des pistes d'utilisation, des moyens techniques et quelles sont les bonnes pratiques. Si ces ateliers se font, l'idée serait de les mettre en place régulièrement, une fois par mois, afin de suivre les personnes et de créer un projet ensemble, comme par exemple une chaîne de streaming de la bibliothèque ou une chaîne des joueurs. Nous avons beaucoup d'envie mais aussi des craintes de la part de nos collègues de ne pas avoir le temps et la formation pour réaliser ce genre d'activités, et de ne pas pouvoir assurer à long terme.

En ce qui concerne la chaîne YouTube de la bibliothèque, nous avons déjà essayé de parler de jeu vidéo dessus mais le résultat n'était pas terrible. Nous n'avions pas de fil directeur et au final c'était une mauvaise expérience. Nous avons laissé tomber le projet. Actuellement, nous aurions envie de relancer ça, mais nous sommes toujours un peu refroidis par ce premier essai.

7. **Êtes-vous intéressés par les collaborations et évènements interbibliothèques (comme le tournoi interbibliothèque de League of Legends « LoL en BiB » par exemple) ?**

Des ludothèques nous ont approché afin de recevoir des formations sur le jeu vidéo pour leurs ludothécaires, et inversement, pour proposer à nos bibliothécaires des formations sur la médiation. Tout ceci est de la musique d'avenir pour l'instant, mais il y a une volonté des deux

Rapport-Gratuit.com

côtés de travailler ensemble. Dans l'espace numérique que nous aimerions développer, il va nous falloir plus de partenaires pour avoir les compétences nécessaires.

Nous aimerions aussi mettre en place un réseau similaire à la page Facebook « jeux vidéo en bibliothèque » mais pour la Suisse. Créer un espace commun pour les bibliothécaires suisses qui font du jeu vidéo, car à force de faire de la médiation dans son coin, on risque de se répéter les erreurs des autres et de rencontrer les mêmes difficultés sans avoir l'expérience acquise. Il faudrait voir les choses à l'échelle de la Suisse.

8. **Quels publics servez-vous avec votre service (jeunes, adolescents, adultes, seniors, étudiant, famille, intergénérationnel etc.) ?**

Jusqu'ici nous avons surtout les « vieux » enfants et les jeunes adultes. Il est difficile de toucher entre les deux pour l'instant.

La mise en place d'ateliers au labo cité ou de conférences destinées aux adultes ont montré qu'il y avait un public pour ces prestations (généralement, il s'agit soit d'adultes passionnés ou au contraire de novices qui veulent découvrir).

Du côté des ateliers ou conférences pour adolescents, la création de jeux vidéo ou les métiers du jeux vidéo sont des thèmes qui fonctionnent bien avec ce public.

Du coté des seniors, on essaie de créer des ateliers type Game Olders comme à la Gaîté lyrique de Paris. C'est l'occasion de proposer une vision du jeu vidéo accessible. Nous voulons faire des ateliers grand-parent-enfant et toucher de manière plus générale.

9. **Quels moyens de communication / marketing utilisez-vous pour promouvoir votre service de jeu vidéo ? Comment arrivez-vous à toucher les publics cités au point précédent ?**

Pour les seniors, nous passons par la Cité Seniors, une association qui touchent les gens de cette tranche d'âge. Nous avons beaucoup d'échange avec ce genre d'association qui nous permettent de leur transmettre des flyers.

Pour le public adulte, nous utilisons plusieurs canaux : flyers, page Facebook, newsletters. Le problème vient de l'agenda assez énorme de la bibliothèque qui étouffe l'information.

Pour le public ado, l'information est surtout transmise via parents, mais eux-mêmes ne vont pas s'abonner à notre page Facebook ou notre newsletter. On essaie de passer par les écoles, mais c'est compliqué, car il est toujours difficile de justifier une animation sur le jeu vidéo, sans parler de l'aspect administratif. Les établissements scolaires sont assez sur la défensive, et ne comprennent pas ce que la promotion d'un évènement autour du jeu vidéo viendrait faire dans une école. Une autre option pour toucher les adolescents sont les maisons de quartier ; mais ici aussi, même problème qu'à la bibliothèque, les jeunes ne viennent pas pour lire des flyers, aussi il faut convaincre l'animateur, et ce dernier n'a pas toujours le temps de promouvoir des évènements extérieurs.

Notre bibliothèque est face à deux autres difficultés en matière de communication : premièrement, c'est une bibliothèque de quartier mais peu de gens qui y habite [ndlr : le quartier Bel Air est en effet plutôt un lieu de passage, de transit, à Genève et moins de résidence]. Il nous est plus difficile d'avoir un rapport avec une maison de quartier, contrairement à un quartier résidentiel.

Deuxièmement, il est toujours dur de faire venir un public d'ado/grands-ados, on les perd régulièrement. Une idée de communication serait d'en convaincre un et de l'encourager à faire venir ses amis, afin que le bouche-à-oreille se fasse. On va rarement seul à un évènement.

10. **L'ajout du service vidéoludique vous a-t-il permis de faire venir de nouveaux usagers en plus de vos lecteurs habituels ?**

Oui, un nouveau public se crée.

D'un côté, nous avons un public qui est régulier par rapport à l'offre ; si on propose du Mario Kart par exemple, il y aura souvent les mêmes intéressés, qui se fidélisent avec le temps. Il s'agit de gens qui venaient déjà en bibliothèque mais qui ont adopté cette animation.

De l'autre, dès que nous faisons des ateliers sur la culture du jeu vidéo, plus en profondeur (des ateliers découverte, jeux indépendants, artistes etc.), nous parvenons à toucher les non usagers qui découvrent alors nos services. Ceci est très positif. Le seul souci : l'offre est rarement régulière. Ces personnes ne reviennent pas si l'animation prochaine n'est pas communiquée à la fin de l'évènement, ce qui pose un problème pour les fidéliser s'il ne s'agit pas d'une série d'animations prévue à l'avance.

11. **Lors de la mise en place du service, avez-vous réalisé de la communication ou de l'événementiel pour accompagner son introduction ?**

Nous avons commencé très mal ; nous avions décidé d'un tournoi de football en jeux vidéo pour accompagner la coupe du monde. Nous avions décidé de faire un évènement transmédias, dont le jeu vidéo faisait partie parmi d'autres médias. L'animation a bien marché auprès des usagers, mais ça n'était pas très clair sur sa nature et a suscité des questions de la part des collègues. Pour les animations suivantes, nous avons décidé de mieux expliquer aux autres bibliothécaires ce qui se passait grâce à des affiches pour contextualiser le jeu vidéo, la politique de la bibliothèque, le type de jeu utilisé …

On s'est aussi rendu compte qu'on marchait sur les habitudes des habitués avec l'arrivée d'un nouveau service. Quand on dédie un espace à une pratique, on peut écraser une pratique des usagers qu'on ne percevait pas avant, comme un coin de lecture habituel. L'important est d'avertir, en mettant des affiches sur les tables qui seront prises par l'animation à l'avance, inviter les usagers à venir etc. Il ne faut pas se limiter à l'agenda.

12. **Avez-vous rencontré de l'hostilité par rapport à la place du jeu vidéo en bibliothèque de la part de certains usagers ? Si oui, comment avez-vous réglé le problème ? Avez-vous pensé à une solution proactive possible ?**

Il y a des commentaires assez fréquents quand on met en avant notre offre. C'est souvent sur notre page Facebook, peut-être à cause du côté anonyme ou pas en face à face du médium. Mais généralement, du moment qu'on argumente ce qu'on fait, ces personnes n'insistent pas.

Les questions sont généralement toujours les mêmes ; elles tournent autour d'une vision du jeu vide de sens, trop répandu etc. Du coup, on ressort toujours les mêmes arguments.

Nous avons le souci de ne pas avoir d'espace dédié pour ces animations, du coup, on prend cet espace à d'autres gens. Avoir un espace permet d'avoir des conditions bonnes pour le joueur et pour ceux qui ne veulent pas participer. Il y a toujours le problème de l'endroit où l'on va placer le jeu : en évidence à l'entrée, au fond derrière un rideau ? Les conditions sont meilleures derrière mais cela cache la pratique.

Rapport-gratuit.com LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

Idée proactive : ne plus faire que des animations où l'on joue mais faire de la place à des animations qui parlent du monde du jeu vidéo (montrer son histoire, ses auteurs, ses courants afin de donner de la matière à ce média). Une autre orientation possible consiste à viser un public de non connaisseurs, avec des atelier découverte, des animations pour seniors etc. Cela engendre un effet proactif car la majorité de l'hostilité envers les jeux vidéo vient d'un public non connaisseur.

13. **Avez-vous développé des outils spécifiques pour gérer vos jeux vidéo (ex : catalogue et notices spécifiques, outils d'acquisition, de diffusion, fiches techniques sur le matériel etc.) ? Seriez-vous prêts à partager vos outils et méthodes et nous fournir quelques exemples ?**

Oui. Nous avons un fichier Excel où nous listons les âges des jeux vidéo etc. C'est un outil plutôt orienté personnel.

Pour les animations de réseau, nous avons créé des fiches plastifiées avec les infos suivantes : titre, type du jeu, plateforme, développeur, âge conseillé, résumé du jeu, points positifs et points négatifs (un peu comme test).

Pour le labo-cité : des fiches avec une argumentation sur le pourquoi du jeu, des fiches thématiques sur certains aspects (ex : la narration), puis une fiche par jeu (un peu pareil) avec un peu plus de visuel, des screenshots, etc.

Nous avons comme projet de soumettre à la direction de créer une fiche dédiée par jeu, avec un résumé, les spécifications techniques, la spécification ludique (le rôle des participants, l'accessibilité, le gameplay, le scénario, la durée de la partie, les problèmes constatés).

Il est important de mettre l'âge soi-même et de ne pas suivre le PEGI. Il est aussi important d'avoir un format imprimé, pour ne pas avoir à allumer un ordinateur pour consulter le catalogue ; les personnes qui ne connaissent pas le jeu ont ainsi directement des infos et des visuels.

C'est un outil très utile pour le public pour qu'il puisse se renseigner lui-même sans avoir à recourir au bibliothécaire.

Ces nouvelles fiches n'étant pas encore approuvées par la direction, nous ne pouvons pas encore les partager.

Une de nos premières affiches d'animation portait le titre « des jeux vidéo en bibliothèque ?! » dans le but de s'adresser aux gens qui seraient surpris par ce choix. L'animation parlait du pourquoi, de la volonté de parité du public, de non-violence. Cela a été bien accueilli.

14. **Pensez-vous qu'il soit nécessaire d'être un joueur / passionné de jeu vidéo pour maintenir un service vidéoludique en bibliothèque ? Quels outils ou méthodes peuvent aider les bibliothécaires novices ?**

Sans connaître du tout le média, il est difficile d'avoir envie de s'y mettre. Sinon, il n'y a pas besoin d'être passionné pour gérer un tel service, mais dans les faits, quand l'offre n'est pas en place, c'est souvent un passionné qui propose ou mène la mise en place du projet. Il faut faire attention : un connaisseur peut être utile mais peut passer aussi pour quelqu'un d'assez élitiste.

15. **Avez-vous fait suivre une formation dans le domaine du jeu vidéo à vos bibliothécaires ? Si oui laquelle ?**

Notre idée est de demander deux types de formations : une pour tout le réseaux (surtout pour les bibliothécaires au contact avec les usagers) axée sur la culture générale sur le jeu vidéo (similaire à ce que j'enseigne à la HEG, mais plus orienté éditeurs, acquisitions, courants…). Ensuite une deuxième formation sur le côté pratique (allumer la console, quels types de plateforme, savoir qu'il y a des options dans un jeu etc.). Le but est de mettre les participants face aux difficultés de la technologie, afin de pouvoir assister les usagers lors d'animation sur le point de vue technique du média.

Pour ceux qui gèrent les pôles, la formation va plus en profondeur ; on aborde la médiation en dehors du jeu également. Les gens passionnés veulent bien faire mais ne le font pas de façon originale ou alors avec maladresse.

De façon plus informelle, nous organisons des évènements « joystick-sandwich », où nous nous retrouvons pour pique-niquer autour d'un jeu, ce qui permet aux bibliothécaires de le découvrir.

16. **Combien coûte votre service vidéoludique annuellement ? Avez-vous une idée également des coûts de mise en place / de lancement d'un tel service (achat de matériel notamment) ?**

Ca dépend ce qu'on fait. Je conseille pour le prêt de voir avec Carouge ou La Chaux-de-Fonds. Pour les animations, elles coûtent moins cher que le prêt. Il y a le prix de la console de base, mais il n'y a pas besoin d'une grosse collection de 300 jeux. Une animation Mario Kart demande de 1 à 3 cartouches du jeu. Notre budget sur une année est de 700 francs de jeux, en comptant aussi manettes, piles etc. L'avantage de commencer par de petites animations, c'est qu'elles ne sont pas chères, et permettent d'appréhender le jeu et de voir si on veut continuer.

Nos premières animations consistaient en une valise à 100 francs avec une Wii dedans. Avec deux mallettes à 100 francs comme ça, quelques jeux et une télé sur place, on peut faire une animation sympa.

Le chiffrage précis est difficile car il varie beaucoup. En tout cas, au niveau annuel, il ne nous coûte pas grand-chose de faire que des animations.

Pour donner un ordre d'idée : les jeux PS4 coûtent entre 70-30 francs. Nous en avons pour 500 francs. Et nous avons aussi deux Playstation 4 à 300 francs chacune avec un jeu chacune. Ca nous donne entre 1000 et 2000 francs par an pour matériel. Après ce qui coûte cher, c'est l'animation : les frais cachés, le temps des bibliothécaires à investir, ou encore payer des intervenants extérieurs.

Tout cela est dur à estimer.

Au niveau des coûts en temps, un après midi-jeu ne coûte rien (à part la première fois où il faut préparer le matériel, ce qui prend 30 minutes, la livraison et la mise en place qui prennent une heure. Ensuite, ce n'est que du jeu, il n'y a pas besoin de grandes connaissances).

Après, quand on fait une animation sur la création de jeu ou une sélection thématique, c'est différent. Par exemple, pour un apéro jeu vidéo, nous avions pris 15 titres, ce qui nous a pris trois heures de sélection, pour deux heures d'installation (dans un espace particulier) et d'écriture de l'introduction. Ca demande du temps aussi au personnel engagé dedans.

Une sélection thématique avec dix jeux avec autant de plateforme demande 500 francs par unité ; cela peut monter cher. En France, il y a peu de bibliothèques qui investissent dans 20 Playstation ; les bibliothécaires amènent souvent leur propre matériel personnel.

Le budget varie beaucoup. A Nyon, ils font beaucoup avec une console à 100 francs (Nintendo 3DS), ce qui demande peu d'investissement). Alors que réaliser une animation sur le streaming Twitch demande du matériel audio cher etc.

On peut faire bonne offre jeu vidéo avec un budget de 500 francs.

17. Cet investissement s'est-il révélé bénéfique pour votre bibliothèque depuis l'introduction du service ?

Bénéfique, oui, mais ça demande constamment beaucoup de travail. Il faut être très motivé et faire face aux collègues qui ne sont pas convaincus ou qui ne s'y connaissent pas trop.

Il y a eu une multiplication des services à Genève : ebook, bornes etc. qui ont amené beaucoup de changement, mais en même temps on nous dit que l'argent manque, il y a une diminution des collections imprimées. Ce qui amène la question philosophique du moment : est-ce le rôle de la bibliothèque de proposer du jeu vidéo (médiation, troisième lieu, numérique ou pas ?). Le jeu vidéo n'est pas vu comme priorité dans ce changement. Souvent les bibliothécaires disent qu'ils sont ouverts mais pas que ce n'est pas le bon moment. Nous avons eu le même effet que lorsqu'on s'est mis au manga, on avait peur que le budget soit baissé ailleurs etc.

18. Avez-vous considéré des solutions pour le prêt des jeux dématérialisés (préinstaller le jeu sur disque externe (USB, CD…) par exemple) ?

Nous ne prêtons pas les jeux.

Le dématérialisé soulève pleins de questions techniques, notamment la mise à jour sur wifi, sur réseau public, les problèmes de comptes - est-ce qu'on crée autant de compte STEAM que d'usagers, ou un seul compte mais seul un usager peut l'utiliser à la fois ? Pour les plateformes qui proposent des installeurs sans DRM, nous pouvons installer le jeu sur plusieurs machines. Mais il est difficile de faire d'offre sérieuse de dématérialisé en prêt pour l'instant.

Il y a cependant des offres qui se profilent : 1Dtouch est une plateforme qui propose de la musique indépendante, avec une offre plutôt conséquente, et qui explore actuellement d'autres domaines, comme la vidéo et aussi les jeux vidéo. Dans leur offre jeu vidéo, on trouve des offres de bornes d'arcades avec des jeux dessus, et également du prêt de jeux dématérialisé via leur propre système : un usager se connecte, reçoit une clé, qu'il va utiliser sur Steam ou autre plateforme. Au final, ce n'est pas vraiment un prêt, mais une clé achetée par bibliothèque qui est distribuée par 1DTouch. La limite de ce système : il ne permet pas aux bibliothèques de choisir le jeu, l'offre est relativement intéressante mais pas modulable (un peu comme pour les ebooks). Mais c'est un genre d'offre qui devient sérieuse.

Pour les jeux préinstallés sur tablette, le souci vient plutôt des gens qui ont peur d'emprunter, ou que la tablette soit un peu limitée en place. Il faut alors gérer les rôles d'utilisateurs de la tablette, ce qui peut être un problème si on décide de prêter un certain nombre de tablettes pour remplir toute l'offre. Il y a aussi le problème de verrouiller la tablette pour que l'usager n'installe pas n'importe quoi – ou les remettre à zéro à chaque fois et ça prend du temps (40-50 minutes).

Annexe 3 : Interview - Bibliothèque des jeunes de La Chaux-de-Fonds

1. **Quel(s) services(s) vidéoludiques proposez-vous à vos usagers (prêt, jeu sur place, animations) ? Pourquoi avoir choisi l'un ou l'autre de ces aspects ?**

Nous avons d'abord développé une collection de prêt, puis ensuite des animations

Nous avons une quarantaine de jeux Switch, DS, et PS4.

2. **Si vous organisez des animations, de quels types d'animations s'agit-il (initiation, heure du conte, conférence, atelier créatif ...) ?**

Nous sommes partis sur l'idée d'un jeu proposé aux enfants au fil des arrivées (on ne peut pas maitriser le nombre d'enfants qui viennent). Le jeu fonctionne sur tournus d'une dizaine de minutes pour que tous puissent jouer.

Nous avons choisi Mario Kart sur WiiU, car il permet de jouer à quatre en simultané. Le jeu est projeté grâce à un beamer sur un mur blanc dans la salle dédiée aux animations. Nous installons une table pour le goûter, et deux bibliothécaires sont mobilisés pour l'accueil.

Pour la première session, nous avons eu 12 personnes, ce qui était déjà un certain succès, c'était calme et sympa. La seconde fois, nous en avons eu 32 !

Les animations sont planifiées sur deux heures, de 15h à 17h. Nous avons beaucoup de demandes depuis pour savoir quand ont lieu les animations.

Nous faisons aussi des contes numériques expérimentaux, mais pas avec les jeu vidéo ; nous utilisons des ebooks illustrés.

Du côté des projets futurs, nous voulons faire des ateliers destinés à faire découvrir des jeux plus difficiles d'accès. C'est encore en construction. L'idée serait d'offrir autre chose, du jeu indépendant, mais sans priver les amateurs de jeux plus populaires type Mario Kart.

3. **Quelle expérience de jeu unique peut apporter la bibliothèque par rapport au jeu chez soi, selon vous ?**

Un exemple très clair : expliquer la fracture numérique. Donner accès à la technologie pour certaines familles est un point important et souvent sous-estimé. Cela a beaucoup de sens à La Chaux-de-Fonds.

Il y a aussi l'idée de jouer en société et pas tout seul à la maison. Lors d'une animation, nous avons eu une grande fille qui a aidé spontanément une petite fille à jouer. Il y a aussi les interactions des autres jeunes autour du joueur qui interagissent entre eux et avec lui qui sont intéressantes.

Un des buts est de se sentir chez soi dans la bibliothèque. Les centre d'intérêts de ces jeunes deviennent représentés dans ce lieu.

4. **Avez-vous recours à des animateurs externes spécifiques au domaine du jeu vidéo ? Si oui, lesquels ?**

Nous avons des animateurs externes, mais pas pour le jeu vidéo. Mais nous collaborons avec la bibliothèque de la Ville et Béatrice Larcinese pour les jeux plus complexes.

Nous avons commencé grâce à un apprenti assez calé dans les jeux vidéo pour lancer le projet. Sinon, ça aurait été plus dur. C'était un projet de troisième année avec un étudiant très à l'aise sur le sujet, tout s'est bien passé.

Il est important d'avoir un bibliothécaire responsable pour justifier le projet auprès des parents et expliquer pourquoi c'est important d'avoir du jeu vidéo en bibliothèque.

5. **Avez-vous des partenariats spécifiques dans le domaine du jeu vidéo ?**

Nous avons un financement de la loterie romande car notre association permettait de faire une demande auprès d'elle.

Sinon, Interdiscount nous propose 10% de rabais.

6. **Avez-vous considéré les formes récentes d'expériences sociales autour du jeu vidéo, comme le streaming, pour des animations en bibliothèque ?**

Non pas du tout.

7. **Êtes-vous intéressés par les collaborations et évènements interbibliothèques (comme le tournoi interbibliothèque de League of Legends « LoL en BiB » par exemple) ?**

La page Facebook « Jeux vidéo en bibliothèque » pourrait être une piste.

Mais cela demande plus d'expérience pour créer des jeux et tournois d'équipes interbibliothèques.

8. **Quels publics servez-vous avec votre service (jeunes, adolescents, adultes, seniors, étudiant, famille, intergénérationnel etc.) ?**

Nous avons des enfants de 0 à 14 ans. Nous suivons le PEGI pour notre prêt, en achetant des jeux de 3 à 12 ans.

Généralement ce sont les parents qui empruntent les jeux pour les plus petits.

9. **Quels moyens de communication / marketing utilisez-vous pour promouvoir votre service de jeu vidéo ? Comment arrivez-vous à toucher les publics cités au point précédent ?**

Flyers et affiches. Mais nous n'avons pas beaucoup besoin de promouvoir le jeu vidéo, c'est devenu très vite populaire. Il y a moins besoin de publicité que pour d'autres collections. Deux boîtes de rangement avec une petite affiche ont suffi. Et une autre affiche pour les animations. Ca a marché tout seul.

10. **L'ajout du service vidéoludique vous a-t-il permis de faire venir de nouveaux usagers en plus de vos lecteurs habituels ?**

Oui, des enfants qu'on ne voyait pas du tout sont venus et ont découvert la bibliothèque. Après, ils ne sont pas forcément attirés par les autres services de la bibliothèque pour autant.

La bibliothèque est située dans une cour d'école, donc le bouche-à-oreille fonctionne sans doute très bien. Et ça touche plus loin que le quartier de la bibliothèque.

Nous n'avons pas quantifié les nouveaux usagers pour l'instant. Depuis octobre 2016, nous devons compter les personnes qui viennent (manuellement) dans la bibliothèque (avant cela nous ne comptions pas la fréquentation). Nous pourrions aussi utiliser les statistiques de prêt pour montrer ça.

11. **Lors de la mise en place du service, avez-vous réalisé de la communication ou de l'événementiel pour accompagner son introduction ?**

Non, pas de communication spécifique.

12. **Avez-vous rencontré de l'hostilité par rapport à la place du jeu vidéo en bibliothèque de la part de certains usagers ? Si oui, comment avez-vous réglé le problème ? Avez-vous pensé à une solution proactive possible ?**

Pas du tout de la part des usagers.

Mais nous avons eu des réactions hostiles envers les tablettes de lecture, qui ont demandé un grand travail de communication, de rencontrer les parents, leur écrire des mails, etc. Nous avons dû déplacer nos tablettes dans les espaces.

Les jeux vidéo ont été introduits suite à une demande du directeur. Les tablettes, elles, nous étaient nécessaires parce que nous voulions mettre à disposition des vrais application-livres et pas seulement ebooks.

Les tablettes au milieu des livres attiraient beaucoup les enfants, et c'est cette « compétition » qui a été mal perçue. Nous n'avons pas eu cette rivalité avec les jeux, parce qu'ils n'étaient disponibles qu'à emprunter, au départ. Ils ont été bien reçus. Les familles sans console n'empruntent simplement pas.

Le projet de base prévoyait des consoles dans la bibliothèque, mais notre mauvaise expérience des tablettes nous a découragé à mettre cet aspect en place.

13. **Avez-vous développé des outils spécifiques pour gérer vos jeux vidéo (ex : catalogue et notices spécifiques, outils d'acquisition, de diffusion, fiches techniques sur le matériel etc.) ? Seriez-vous prêts à partager vos outils et méthodes et nous fournir quelques exemples ?**

Nous n'avons pas d'outils spécifiques. Mais des fiches pourraient nous aider car nos bibliothécaires ici ne s'y connaissent pas forcément beaucoup.

Pouvoir intégrer des critiques de jeux issues de revues professionnelles dans un outil disponible pour les lecteurs pourrait être intéressant, notamment pour rassurer les parents.

Nous avons un abonnement à « Jeux vidéo junior », à la fois pour les jeunes et pour les bibliothécaires.

Nous utilisons aussi la Revue des livres pour enfants, éditée par les Bibliothèques de France ; il s'agit d'une revue de référence pour aider à la sélection. Il y est question autant d'applications, de jeux vidéo et de livres aujourd'hui. Il y a des articles de fonds, avec des dossiers. Les critiques ont des sections dédiées aux jeux vidéo et applications. C'est vraiment un outil créé pour les bibliothécaires.

14. **Pensez-vous qu'il soit nécessaire d'être un joueur / passionné de jeu vidéo pour maintenir un service vidéoludique en bibliothèque ? Quels outils ou méthodes peuvent aider les bibliothécaires novices ?**

Pas forcément. Ici, nous n'avons aucun grand connaisseur du média, et ça fonctionne. Notre service de jeux vidéo ne se serait pas fait si c'était requis.

La direction a posé son exigence pour l'acquisition des tablettes : nous devions également mettre en place un service de jeux vidéo. Nous avons fait au mieux mais ça a marché. Les enfants connaissent bien le média, donc nous n'avons pas beaucoup besoin de les orienter.

Conseiller est plus difficile avec les parents. Nous regrettons de ne pas pouvoir présenter le jeu vidéo aussi bien que quelqu'un comme Béatrice Larcinese. Elle nous a été très précieuse en matière de conseils pour les achats, le catalogage etc.

15. **Avez-vous fait suivre une formation dans le domaine du jeu vidéo à vos bibliothécaires ? Si oui laquelle ?**

Vaclav Havel à Paris offre une formation continue sur les jeux vidéo, mais nous n'avons pas le budget.

Nous sommes allés voir Marc Atallah, un conférencier du monde du jeu vidéo.

Il y a des formations à la CLP dans le domaine des tablettes. Mais c'est très différent. Il ne s'agit pas de prêt de tablette ni d'animations.

16. **Combien coûte votre service vidéoludique annuellement ? Avez-vous une idée également des coûts de mise en place / de lancement d'un tel service (achat de matériel notamment) ?**

Notre investissement de départ était de 20'000 francs grâce à la Loterie romande (26'000 au total), destinés aux tablettes et aux jeux vidéo. Nous avons fait l'achat de deux tablettes, deux consoles, 1000 francs d'applications pour tablettes, 1000 francs de jeux pour débuter la collection. Mais nous n'avons pas encore tout dépensé. Nous avons aussi le mobilier dans le projet : des poufs pour s'asseoir (pour les tablettes et les animations jeux vidéo – important d'avoir le plaisir d'être vautré, de ne pas paraître scolaire). Nous possédions déjà un beamer, prêté par la ville.

Le budget annuel est difficile à estimer parce que nous sommes toujours sur le budget de base.

17. **Cet investissement s'est-il révélé bénéfique pour votre bibliothèque depuis l'introduction du service ?**

Très bénéfique. Tout le monde est content, nous avons une très bonne ambiance lors des animations. Au départ, nous avions peur d'aborder ce domaine, mais tout compte fait, tout le monde est enthousiaste. L'enthousiasme des enfants est communicatif, et nous avons l'impression d'avoir fait notre travail. Nous avons eu moins besoin de nous justifier que pour les tablettes. On peut dire que notre but est atteint.

Le directeur des bibliothèques de La Chaux-de-Fonds soutient bien ce genre de projet et avait aidé Béatrice au niveau de la bibliothèque de la Ville. Il ne voulait pas que le projet ne soit pas cantonné à cette seule bibliothèque et la modernisation totale s'est faite très rapidement.

18. **Avez-vous considéré des solutions pour le prêt des jeux dématérialisés (préinstaller le jeu sur disque externe (USB, CD…) par exemple) ?**

Il est possible de travailler sur le portail interne des postes publics. L'idée est de donner accès mais pas forcément de prêter.

D'ailleurs, est-ce que le prêt est nécessaire dans le modèle de bibliothèque troisième lieu ? Ce concept devient un peu archaïque, et il peut être stressant de laisser des enfants partir avec un matériel coûteux comme une console ou une tablette.

C'est plus intéressant de faire découvrir et jouer sur place.

19. **Votre service de jeux vidéo possède-t-il un logo ou une identité visuelle propre pour le distinguer ou le rattacher aux autres services de la bibliothèque ?**

Nous n'en avons pas les moyens.

20. **Si vous prêtez des jeux vidéo, quelle est la durée du prêt ? Avez-vous des durées de prêts différentes suivant le type de jeu (un RPG étant par exemple beaucoup plus long à terminer qu'un jeu de plateforme) ?**

Nous utilisons le même délai que pour les livres : un mois renouvelable.

Rapport-Gratuit.com

Annexe 4 : Interview - Bibliothèque de Nyon

1. **Quel(s) services(s) vidéoludiques proposez-vous à vos usagers (prêt, jeu sur place, animations) ? Pourquoi avoir choisi l'un ou l'autre de ces aspects ?**

Nous avons une collection de prêt avec console, des animation régulières (environ à 10-12 par année), et une console disponible pour les gens qui veulent jouer sur place.

2. **Si vous organisez des animations, de quels types d'animations s'agit-il (initiation, heure du conte, conférence, atelier créatif ...) ?**

Nous avons 2 types d'animations :

- Les jeux types tournois en multijoueur à 4, pour privilégier l'aspect social et également un peu découverte. Au début, nous faisions des animations plus formellement sous forme de tournoi avec des prix. Mais nous nous sommes rendu compte que nous n'avions pas forcément besoin de prix pour que ça marche.
- La découverte de jeux plus méconnus. Ces animations s'axent sur des jeux plus artistiques. Il s'agit aussi de jeux plutôt solos ou à deux (Journey, Brothers (idée de jouer à deux avec chacun un stick), Abzû (jeu de plongée sous-marine).

Nous avons remarqué que les types d'animations compétitifs passent mieux que le collaboratif. Les gens sont plus frustrés par des joueurs qui ne jouent pas bien dans leur équipe que s'ils sont en face. La principale raison d'échec d'une animation autour de la collaboration est la différence du niveau de compétences. Il faut faire attention à préparer une équipe qui a un niveau de compétence homogène pour que ça marche. Mais mettre ensemble des personnes de différents niveaux finit par frustrer les deux personnes.

3. **Quelle expérience de jeu unique peut apporter la bibliothèque par rapport au jeu chez soi, selon vous ?**

Les animations : un aspect découverte, montrer qu'il y a d'autres jeux que les jeux très médiatisés. Pour les grands, montrer qu'il y a autre chose que Call of Duty.

Montrer qu'on peut jouer à plusieurs, rencontrer d'autres amateurs assidus, mettre en valeur le multijoueur en présentiel. En gros, se faire des copains !

Il y a moyen d'intéresser les parents au média, voir d'autres choses que ce que leurs enfants leur montreraient spontanément. Ca marche bien, beaucoup de parents ont une impression positive du média grâce à notre médiation.

En dehors du coté jeunesse, le côté ado – adulte : on peut éduquer au média, leur faire comprendre les mécanismes qu'il y a derrière. Montrer comment ça se créée, donner une connaissance du média, des outils pour le décoder.

Le prêt : comme pour les animations et les livres, montrer qu'il existe d'autres choses que ce qui est médiatisé. Rassurer les parents, leur montrer ce que c'est ; ils peuvent essayer les jeux sans avoir à acheter, découvrir sans avoir peur que l'enfant passe tout son temps dessus (notre collection est d'ailleurs beaucoup utilisée comme ça).

L'aspect financier, comme pour les livres : il faut permettre à tout le monde de jouer.

Tout l'aspect conseil et médiation : une grosse partie, nous avons constamment des demandes de conseils lors de l'emprunt des jeux. Les sites spécialisés ne remplacent pas le conseil en présentiel, le langage utilisé n'y est d'ailleurs pas souvent destiné pour les gens néophytes.

4. **Avez-vous recours à des animateurs externes spécifiques au domaine du jeu vidéo ? Si oui, lesquels ?**

Pas pour l'instant mais nous aimerions bien à l'avenir. Nous aimerions mettre en place des heures du conte numérique avec une conteuse, avec un jeu à choix narratif raconté en partie par la conteuse en valeur ajoutée.

Nous aimerions aussi faire des conférences une fois ou l'autre. Il nous faudrait tisser des partenariats avec d'autres organisations, car nous n'avons pas la pub et l'espace suffisants à nous tout seuls (Serge Tisseron à Vevey a eu beaucoup de succès).

Nous aimerions faire venir un game designer, présenter comment se créer les jeux (avec un programme simple). L'idée serait de faire un atelier pour ados ou grands enfants et qu'ils puissent repartir avec leur jeu.

Une fois que nous aurons une base fidèle de joueur, nous aimerions créer un groupe de joueur régulier pour animer un club de jeu où on parlerait jeux vidéo, avec des thématiques, des intervenants, mais cela demande des joueurs fidèles, des espaces et des ressources.

5. **Avez-vous des partenariats spécifiques dans le domaine du jeu vidéo ?**

Du côté de Nintendo, un contact nous a dit qu'ils étaient solicitables si l'animation est centrée sur leurs jeux. Nous allons sans doute les démarcher pour un tournoi Mario Kart.

Quant aux ludothèques des environs, elles ne sont pas vraiment dans le créneau des jeux vidéo.

Pour les commandes par internet, nous n'avons pas vraiment de partenariat. Nous passons par Digitec ou Cede.ch, qui permettent de payer par facture et de rester avec des vendeurs suisses.

6. **Avez-vous considéré les formes récentes d'expériences sociales autour du jeu vidéo, comme le streaming, pour des animations en bibliothèque ?**

Nous n'y avons pas pensé jusqu'à présent. Ce qui s'est organisé à La Chaux-de-Fonds a l'air intéressant. Ce n'est pas évident, car il faut connaître des gens et savoir si ça peut fonctionner. Pourquoi pas mais pas tout de suite.

Il y aussi la possibilité de créer une vidéo YouTube de présentation, ou de résumé (si plusieurs animations), mais cela demande trop de temps à monter, c'est rédibitoire.

7. **Êtes-vous intéressés par les collaborations et évènements interbibliothèques (comme le tournoi interbibliothèque de League of Legends « LoL en BiB » par exemple) ?**

C'est compliqué mais séduisant. Dans l'idée, il faudrait réussir à créer une base fidèle de joueurs pour faire de la bibliothèque un lieu de jeu régulier pour monter une équipe. C'est compliqué de trouver des ados motivés, une infrastructure etc. C'est le niveau supérieur, et il faudrait aussi du matériel, comme par exemple 5 PC etc.

Ce sont des choses à repenser si un déménagement se fait et, lors du changement de locaux, pouvoir penser à avoir l'espace nécessaire pour mettre ça en place.

8. **Quels publics servez-vous avec votre service (jeunes, adolescents, adultes, seniors, étudiant, famille, intergénérationnel etc.) ?**

Jeunesse. Du très jeune, du 6-12 majoritairement. Même plutôt 6 à 10.

Rapport-gratuit.com LE NUMÉRO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

Les jeux pour les plus grands sont moins empruntés bien que disponibles. Le choix du support 3DS a conditionné ça. Le public est soit très jeune ou alors adulte, mais les ados ne sont pas très attirés par cette console ; en effet, Nintendo et sa portable ont une image enfantine qui est un peu resté auprès des ados.

9. **Quels moyens de communication / marketing utilisez-vous pour promouvoir votre service de jeu vidéo ? Comment arrivez-vous à toucher les publics cités au point précédents ?**

Le bouche-à-oreille, les affiches, les flyers. L'agenda du journal de la Côte, l'agenda de la ville.

Nous ne faisons pas plus d'efforts pour l'instant. Nous n'avons pas de page Facebook mais par contre un site web. Il n'y a pas de page dédiée spécifiquement aux jeux vidéo, mais la page d'actualité comprend les animations par ordre chronologique de parution. Elle est pas mal consultée, comptant environ 50 visites par jour.

Nous n'avons pas de côté réseau social à notre communication, mais c'est plutôt dû au public, qui n'est pas vraiment sur Facebook.

10. **L'ajout du service vidéoludique vous a-t-il permis de faire venir de nouveaux usagers en plus de vos lecteurs habituels ?**

Non, pas de nouveaux usagers. Ca a été plutôt un service supplémentaire. Beaucoup de famille qui venaient prendre des livres avaient déjà une console chez elles. Elles étaient donc intéressées par emprunter des jeux. Ca a engendré des discussions, c'est ainsi que nous avons appris que beaucoup avaient déjà une console. Parmi ceux qui n'en avait pas, ça en a poussé un certain nombre à acheter une console sans jeux pour pouvoir emprunter à la bibliothèque.

Quelques non lecteurs sont venus pour certaines animations mais ils n'étaient pas nombreux.

11. **Lors de la mise en place du service, avez-vous réalisé de la communication ou de l'événementiel pour accompagner son introduction ?**

Lors du lancement, nous avons donné un communiqué de presse au journal local. Nous avons ainsi eu deux articles différents à un mois et demi d'intervalle.

Nous n'avons pas organisé d'animations spécifiques au lancement (notre service a été mis en place en novembre, nous nous sommes dit que nous regarderions comment ça se passe d'ici le début de l'année à venir). Comme ça a bien pris, nous n'avons pas eu besoin de faire de la pub, nous avions déjà de la peine à suivre le succès du service.

Il est plus difficile de faire venir gens pour les animations que pour le prêt, nous aurions pu améliorer la communication de ce côté-ci. Mais nous avons bien profité des gens qui passaient par hasard.

12. **Avez-vous rencontré de l'hostilité par rapport à la place du jeu vidéo en bibliothèque de la part de certains usagers ? Si oui, comment avez-vous réglé le problème ? Avez-vous pensé à une solution proactive possible ?**

Un peu. La plupart étaient des parents hostiles à l'idée. Mais ils ont changé d'avis ou sont devenus plus neutres en discutant. Nous avons réussi à convaincre la plupart.

Pour être proactifs, nous avons créé des fiches d'arguments pour pouvoir répondre aux accusations ou questions. Mais finalement nous n'en avons pas eu besoin. Mais préparer des arguments et avoir une ligne directrice derrière le service est important. Il faut pouvoir assumer le choix des jeux, savoir à qui on prête quoi (pas de Call of Duty à des enfants trop

jeunes). Il faut montrer aux usagers qu'on est sérieux, qu'il y a une réflexion derrière notre démarche. Les fiches créées pour notre catalogue ont montré que nos jeux ont été choisis et testés ; il y a une valeur ajoutée derrière le travail de la bibliothèque. Il faut être prêt à prendre le temps de discuter avec ces gens.

Les animations visibles dans la bibliothèque ont permis de montrer de manière passive aux gens plus froid ce qui se passait. Cela donne une bonne visibilité et bonne image.

Une autre idée pourrait être de faire des conférences, amener des spécialistes, avoir des articles de référence sur certains thèmes pour les gens qui ne sont pas contents, avoir un bouquet de réponses pour rassurer.

13. **Avez-vous développé des outils spécifiques pour gérer vos jeux vidéo (ex : catalogue et notices spécifiques, outils d'acquisition, de diffusion, fiches techniques sur le matériel etc.) ? Seriez-vous prêt à partager vos outils et méthodes et nous fournir quelques exemples ?**

Nous avons un catalogue spécifique ; il permet de se renseigner sur l'âge, la complexité du gameplay... L'idée est de pouvoir rendre les usagers autonomes pour ne pas être obligés de passer par les bibliothécaires. Nous présentons le jeu, son contexte, son scénario, son genre… Cela permet d'intégrer le vocabulaire spécifique aux jeux vidéo (plateforme, FPS etc.) et montrer en quoi consiste ces différents termes.

Nous avons un compte Steam pour les animations (nous ne faisons pas les animations sur les jeux 3DS, mais sur PC ou sur PS4 (qui est une console personnelle). Le compte Steam est utile pour la bibliothèque pour faire des achats destinés à ces animations.

14. **Pensez-vous qu'il soit nécessaire d'être un joueur / passionné de jeu vidéo pour maintenir un service vidéoludique en bibliothèque ? Quels outils ou méthodes peuvent aider les bibliothécaires novices ?**

Dans le meilleur des mondes non, un bibliothécaire doit pouvoir théoriquement proposer un service, peu importe le sujet. Mais cela va demander beaucoup d'investissement pour avoir une base nécessaire. Donc c'est une énorme facilité un joueur dans l'équipe pour tenir ça. Si la personne n'est pas un joueur, elle va devoir se former pour ça.

Il faut suivre une formation de base.

Après, une fois le tout en place, il faut suivre les sorties, lire les critiques, savoir évaluer si un jeu correspond ou pas à la mission de la bibliothèque etc. Il faut arriver à faire la part des choses par rapport aux revues de jeux sur les sites généralistes, savoir si un gameplay qui plaît à un testeur adulte aura le même impact sur un enfant etc. Si on vise un public précis pour une animation, il faut regarder des sites plus spécialisés en bibliothéconomie, regarder quels jeux ont été utilisés par les bibliothèques françaises pour leurs animations (FIFA, Mario Kart …).

15. **Avez-vous fait suivre une formation dans le domaine du jeu vidéo à vos bibliothécaires ? Si oui laquelle ?**

Nous avons fait former toute notre équipe par Sandro Dall'Aglio. Il s'agissait d'un cours express qui était similaire en contenu à ce qu'il donne avec Jérémie Théodoloz à l'HEG. Ca a beaucoup aidé les collègues. C'est une solution à envisager et le cours n'est pas extrêmement cher.

Nous continuons depuis de nous former de façon informelle sur les nouveaux jeux achetés. Nous essayons de faire jouer un maximum les collègues, pour créer les fiches, les impliquer etc. Pas besoin que tout le monde soit spécialiste, il faut juste savoir comment ça marche.

Un point important est l'aspect technique : il faut montrer à tout le monde comment fonctionne une console. Mais généralement, on a tendance à renvoyer l'usager vers le spécialiste s'il y a un souci technique. Il faut au minimum qu'une personne soit au clair avec le support qu'a acquis la bibliothèque.

Il faut mettre l'accent sur la connaissance du média plutôt que juste sur l'aspect de la maîtrise du jeu. « Ne pas savoir jouer » n'est pas un problème, il n'y a pas besoin d'avoir ces compétences pour connaître le média. La peur de mal faire est importante chez les bibliothécaires. La formation de Dall'Aglio est très bien pour décoincer à ce niveau-là. Ceux qui ont peur de jouer doivent dissocier leur manque de compétences du manque de connaissance du média.

16. **Combien coûte votre service vidéoludique annuellement ? Avez-vous une idée également des coûts de mise en place / de lancement d'un tel service (achat de matériel notamment) ?**

Nous avons un budget annuel de 700 – 800 francs annuels (il comprend la collection de prêt et d'animation. Cela compte l'achat d'environ 7-8 jeux pour 3DS, plus 7-8 jeux pour les animations (pas cher car en dématérialisé).

Le prix de démarrage du service : un achat de 60 jeux, dont 5000 francs pour la collection, et 2'500 pour les animations (comprenant l'achat d'un PC et d'une télévision ainsi que de quatre manettes).

L'investissement de temps : une animation coûte deux heures (compter cinq heures en tout, en comptant le temps pour choisir, préparer et présenter, ranger …). Ceci est le temps une fois rôdé, mais il faut compter un peu plus lors de la première mise en place.

17. **Cet investissement s'est-il révélé bénéfique pour votre bibliothèque depuis l'introduction du service ?**

L'investissement est bénéfique, pour les usagers. Cela demande beaucoup de temps au départ, mais au final ça ajoute un rôle et une crédibilité à la bibliothèque.

Ca pourrait mal se passer si les objectifs ne sont pas pertinents, la collection mal adaptée (une collection vieillotte par exemple) mais ce n'est pas le cas ici.

18. **Avez-vous considéré des solutions pour le prêt des jeux dématérialisés (préinstaller le jeu sur disque externe (USB, CD…) par exemple) ?**

Le dématérialisé est important pour montrer des jeux pertinents et méconnus… Mais nous n'avons pas d'idée sur comment le prêter.

Ce n'est pas infaisable mais ça demanderait beaucoup de suivi.

Une tablette de gaming pourrait être une solution mais ça demande un gros suivi derrière ; il faut faire attention aux achats in game, il y a une grosse surveillance à mettre en place, mais ça doit être possible. Mais ça doit être jouable avec des jeux bien finis (comprendre sans DLC à foison, penser Limbo etc.) mais ça demande de l'investissement matériel.

Il y a la plateforme 1DTouch qui démarre : mais nous n'aimons pas l'idée de ne pas pouvoir sélectionner les jeux. Il vaut mieux éviter une telle solution si la sélection n'est pas terrible. Il faut voir comment gérer le prêt d'un compte Steam. Légalement, c'est possible d'une manière ou d'une autre mais techniquement c'est compliqué.

La bibliothèque peut se poser aussi comme un conseiller pour l'achat de jeux dématérialisés, en tenant compte que ce ne sont pas les jeux les plus chers. Il faut faire connaître les jeux intéressants, c'est plus important que d'avoir une offre de prêt parfaite. Au final, développer les connaissances et les compétences des usagers dans le domaine est plus important.

Même avec la disparition du support physique, la médiation, le conseil et la sélection seront toujours la force de la bibliothèque.

Annexe 5 : Interview - Médiathèque de Vevey

1. **Quel(s) services(s) vidéoludiques proposez-vous à vos usagers (prêt, jeu sur place, animations) ? Pourquoi avoir choisi l'un ou l'autre de ces aspects ?**

Nous organisons des animations.

Notre grand projet numérique est encore à l'état de balbutiement. Nous avons introduit la thématique « plein écran » sur l'influence des écrans sur notre société. Notre projet futur : un espace numérique avec un espace dédié au jeu vidéo (borne d'arcade avec émulation de jeux anciens, coin lounge avec console retro (Atari, Nintendo etc.), des tablettes avec des jeux indépendants, une collection d'applications-jeux, des jeux suisses et des jeux du moment sélectionnés par les bibliothécaires. Des ordinateurs avec une collection de jeux uniquement disponibles sur ordinateur (avec quota moitié de jeux suisses). Les consoles de jeux tourneraient en alternance et ne seraient pas toujours disponibles. Il y aurait un fonds de jeux vidéo et d'applications numériques empruntables.

2. **Si vous organisez des animations, de quels types d'animations s'agit-il (initiation, heure du conte, conférence, atelier créatif ...) ?**

- La conférence « le héros était une femme » (jeux vidéo et autre média)
- Des tournois Mario Kart multi-consoles. Ces animations sont centrées sur le retrogaming et l'histoire du jeu vidéo : l'idée est de parcourir toutes les consoles qui ont accueilli le jeu.
- Dans le cadre du festival de la danse à Vevey, nous avons organisé un tournoi Just Dance dans la bibliothèque et le café littéraire.
- Un week-end création de jeu vidéo. Les enfants ont conçu un jeu à partir d'un roman.
- « Y'a pas d'âge pour jouer » : une action intergénérationnelle, en deux temps : nous avons d'abord recruté des enfants qui avaient envie de parler de leur jeu préféré à des seniors. Ces enfants ont été « formés » à parler à des gens qui n'ont jamais touché de clavier. Les seniors ont été accueillis dans un centre, avec des consoles Wii, Playstation et X-Box. Le succès fut mitigé : peu de seniors se sont déplacés (trop d'idées reçues, n'ont pas voulu réfléchir sur le sujet) mais la rencontre elle-même fut géniale, car les enfants étaient très bien : ils ont bien présenté le jeu, se sont montrés passionnés et il y a eu une très bonne ambiance.
- « Ecran total, est-ce nécessaire ? » : une conférence sur la création de jeu vidéo (elle n'a pas du tout marché).
- Conférence d'un psychiatre (Philippe Stefan) sur le monde virtuel des ados : la conférence a aidé à beaucoup dédramatiser.

Nos actions futures : de la médiation culturelle dans le futur espace jeu vidéo. Nous voulons cibler différents publics, différentes langues, les joueurs débutants, avancés, inviter les créateurs de jeu à venir faire le vernissage de leurs jeux à la bibliothèque etc. Nous voyons une médiation en cinq parties, dont une des parties serait le jeu vidéo pratique et sa création : faire découvrir des nouveaux jeux, des ateliers MineCraft, des jeux d'artistes ou militants etc.

3. **Quelle expérience de jeu unique peut apporter la bibliothèque par rapport au jeu chez soi, selon vous ?**

Dédramatiser le rapport au média, faire découvrir le jeu vidéo.

Avoir une politique d'acquisition non mainstream, faire découvrir ce qui n'est pas médiatisé.

Le jeu vidéo est aujourd'hui le premier bien culturel acheté mais il est toujours mal aimé.

Il y a aussi la dimension troisième lieu : créer un espace qui est en lien avec les préoccupations des gens de la région.

4. **Avez-vous recours à des animateurs externes spécifiques au domaine du jeu vidéo ? Si oui, lesquels ?**

Nous allons faire appel à Selim Krichane du GameLab de l'UNIL pour aider à mettre en place notre espace. Il sera aussi engagé pour animer. Les bibliothécaires n'ont pas les compétences pour animer sur l'informatique et le jeu vidéo ici.

5. **Avez-vous des partenariats spécifiques dans le domaine du jeu vidéo ?**

Nous avons une trentaine de partenaires pour notre cycle sur la thématique des écrans ; la thématique a touché très loin car beaucoup ont besoin d'avoir des réponses.

Sur le jeu vidéo : Selim Krichane et Matthieu Jovay (du GameLab de l'UNIL) ont aidé à construire notre cycle sur le jeu vidéo.

Nous avons participé au festival Numeric Games avec la bibliothèque d'Yverdon-les-Bains pour réaliser un atelier de création de jeux vidéo ensemble (des jeux à partir de romans).

SwissGamers Network : une association qui nous a fourni de l'assistance pour des ateliers intergénérationnels. Ils ont aidé pour l'installation et la présentation (qui était un peu trop technique).

Pour le tournoi de Mario Kart, nous avons fait appel à l'association SplitScreen e-sport Riviera. Il s'agit d'une association de jeu de compétition, nous avons organisé le tournoi Just Dance ensemble.

Le café littéraire appartient à la bibliothèque, il s'agit d'un sous-traitement de la gérance. En échange, ils en font un lieu culturel axé sur la littérature.

Malheureusement, la ludothèque locale et le Musée du jeu ont pris parti de ne pas faire dans le jeu vidéo.

6. **Avez-vous considéré les formes récentes d'expériences sociales autour du jeu vidéo, comme le streaming, pour des animations en bibliothèque ?**

Notre futur atelier sur le numérique va se pencher sur la création, dont la vidéo et YouTube.

Nous sommes intéressés par l'idée d'une chaîne de BookTubing aussi, mais ça ne s'est toujours pas fait. Ce serait intéressant que les usagers eux-mêmes construisent une chaîne, puissent faire des tutoriels sur des jeux qu'ils échangeraient entre eux.

7. **Êtes-vous intéressés par les collaborations et évènements interbibliothèques (comme le tournoi interbibliothèque de League of Legends « LoL en BiB » par exemple) ?**

Nous avons collaboré avec Yverdon pour le Numeric Games.

À voir, dans le canton de Vaud, on se rencontre entre bibliothèques (Lausanne, Yverdon, Bibliomedia…), nous échangeons entre médiateurs sur la littérature. En juin, nous allons rencontrer les médiateurs de Genève.

Le numérique est malheureusement mal mis en avant pour l'instant.

8. **Quels publics servez-vous avec votre service (jeunes, adolescents, adultes, seniors, étudiant, famille, intergénérationnel etc.) ?**

Nous avons visé l'intergénérationnel pour les animations.

La volonté du programme est de toucher tous les âges. Du côté budgétaire, nous mettons un peu plus sur la jeunesse, mais nous avons tout de même triplé l'offre adulte en cinq ans.

Nous voulons toucher un public à la fois novice mais aussi connaisseur de jeu, donner une plateforme pour les créateurs de jeux vidéo, leur offrir une vitrine, un lieu pour les vernissages, montrer une sélection de jeux… Défendre le fait que des artistes en vivent, que c'est une forme d'art.

9. **Quels moyens de communication / marketing utilisez-vous pour promouvoir votre service de jeu vidéo ? Comment arrivez-vous à toucher les publics cités au point précédents ?**

Nous publions un programme semestriel. Nous utilisons des affiches, flyers, communiqués de presse. Sur les réseaux sociaux : Instagram et Facebook. YouTube est peu utilisé. Nous avons aussi une newsletter.

Nous publions notre agenda dans les journaux (Temps libre, Riviera, Régional, 24 heures).

10. **L'ajout du service vidéoludique vous a-t-il permis de faire venir de nouveaux usagers en plus de vos lecteurs habituels ?**

Clairement oui, selon les collègues. Durant les actions où il y a besoin d'une inscription, nous voyons vite qui n'est pas des usagers de la bibliothèque et nous constatons qu'il y a une majorité de non-lecteurs : le public est différent uniquement pour les autres animations. Ce sont des gens qui viennent de plus loin, qui ne sont pas forcément de la région.

Le but n'est cependant pas d'attirer forcément plus d'usagers. L'action de médiation ne doit pas promouvoir l'institution mais la culture elle-même. Si l'usager s'inscrit, c'est un bonus.

11. **Lors de la mise en place du service, avez-vous réalisé de la communication ou de l'événementiel pour accompagner son introduction ?**

Oui, lors du lancement de l'espace, nous voulons inviter la municipalité, faire un communiqué de presse ... Nous allons essayer ! Pour l'instant, notre préoccupation principale sont les fonds.

12. **Avez-vous rencontré de l'hostilité par rapport à la place du jeu vidéo en bibliothèque de la part de certains usagers ? Si oui, comment avez-vous réglé le problème ? Avez-vous pensé à une solution proactive possible ?**

Il y a beaucoup d'interrogations et un besoin de réponse sur le monde des écrans.

Les seniors sont venus en petit nombre à l'animation sur les jeux présentés par les jeunes, car ils ont des préjugés sur le média.

Il y a aussi une certaine résistance du côté tutelle quand nous avons présenté le projet ; il est perçu comme « anti-papier », alors que l'idée n'est pas d'opposer le numérique au livre. On nous demande « pourquoi faites-vous ça en bibliothèque ? ». Il y a encore cette idée de valeur du savoir contre le loisir. On nous demande « Quel est le rapport avec la bibliothèque ? »

Il y a beaucoup moins d'incompréhension chez les usagers. Cela vient plus des autres services de la Ville ou des autres professionnels.

Nous avons expliqué sans vraiment nous justifier. Notre programme nous a amené une grande visibilité auprès de la Ville, alors qu'avant nous étions plutôt oubliés par rapport aux autres agents culturels.

Alors qu'on nous avait refusé l'ouverture d'un nouveau poste avant, le nouveau programme a permis de défendre de nouveaux budgets. Il y a donc une forme de reconnaissance, au final.

13. **Avez-vous développé des outils spécifiques pour gérer vos jeux vidéo (ex : catalogue et notices spécifiques, outils d'acquisition, de diffusion, fiches techniques sur le matériel etc.) ? Seriez-vous prêt à partager vos outils et méthodes et nous fournir quelques exemples ?**

Il est encore tôt pour dire ce que nous allons développer ou non.

14. **Pensez-vous qu'il soit nécessaire d'être un joueur / passionné de jeu vidéo pour maintenir un service vidéoludique en bibliothèque ? Quels outils ou méthodes peuvent aider les bibliothécaires novices ?**

Non. Je ne joue pas, ou seulement avec mes enfants. Je n'y porte pas un intérêt personnel, bien que j'adore Mario Kart. Après, il faut savoir bien s'entourer, si on ne s'y connaît pas. Le directeur est un joueur, et nous avons l'engagement des gens du GameLab de l'UNIL.

15. **Avez-vous fait suivre une formation dans le domaine du jeu vidéo à vos bibliothécaires ? Si oui laquelle ?**

Ça va se faire – notamment pour le catalogage.

16. **Combien coûte votre service vidéoludique annuellement ? Avez-vous une idée également des coûts de mise en place / de lancement d'un tel service (achat de matériel notamment) ?**

Annuellement : nous avons observé un budget en moyenne autour des 5000 francs dans les autres bibliothèques (acquisition, tout compris, fonds et consoles).

Pour la création de l'espace : 30'000 francs (tout l'espace numérique compris, pas seulement les jeux).

Nous sommes à l'heure actuelle à la recherche de fonds pour l'espace numérique.

Les animations : nous avons une enveloppe budget de la ville pour la médiation de 20'000 francs, plus un financement d'une fondation pour une action de 10'000 francs. Ce qui nous fait en tout une enveloppe de 30'000 francs pour la programmation et la médiation. Donc une belle enveloppe, dont nous estimons la part qui ira au numérique à 8'000 francs.

17. **Cet investissement s'est-il révélé bénéfique pour votre bibliothèque depuis l'introduction du service ?**

Oui, pour l'équipe : ça nous a fait réfléchir sur le futur de la bibliothèque veveysane. L'impression de louper un train technologique nous a fait nous remettre en question, réfléchir à une offre pertinente à donner autour de cette thématique.

L'arrivée du numérique nécessite que la bibliothèque s'y investisse. Nous avons un gros potentiel qui n'existe pas dans d'autres lieux culturels : la mixité sociale, le public intergénérationnel… Ce potentiel est pour l'instant sous exploité.

Rapport-Gratuit.com

18. **Avez-vous considéré des solutions pour le prêt des jeux dématérialisés (préinstaller le jeu sur disque externe (USB, CD…) par exemple) ?**

Il faut travailler avec les créateurs de jeux pour imaginer un support physique. Utiliser des liens internet. Idéalement, c'est à réfléchir avec les créateurs de jeux. Ils ont sans doute des réponses. Il faut leur montrer l'impact positif de l'espace sur le public pour leur travail.

19. **Votre service de jeux vidéo possède-t-il un logo ou une identité visuelle propre pour le distinguer ou le rattacher aux autres services de la bibliothèque ?**

L'espace numérique aura pour logo un E avec les 2 yeux, qui reprend le design du B avec yeux du logo principal. Le projet a été confié à un graphiste il y a 3 ans. Le budget graphisme est toujours dur à justifier en termes d'utilité (« on pourrait acheter des livres »). Maintenant tout le monde est convaincu par l'identité graphique, on est clairement identifié dans la Ville.

20. **Si vous prêtez des jeux vidéo, quelle est la durée du prêt ? Avez-vous des durées de prêts différentes suivant le type de jeu (un RPG étant par exemple beaucoup plus long à terminer qu'un jeu de plateforme) ?**

Harmoniser le tout. Avoir une durée. On compte sur la possibilité de faire des prolongations. Quitte à être plus souple sur les amendes. Ce sont des idées mais pas elles ne sont pas encore claires.

Annexe 6 : Interview - Bibliothèque d'Yverdon-les-Bains

1. **Quel(s) services(s) vidéoludiques proposez-vous à vos usagers (prêt, jeu sur place, animations) ? Pourquoi avoir choisi l'un ou l'autre de ces aspects ?**

Nous faisons de la médiation culturelle.

Pas de prêt, le jeu est toujours dans le cadre d'animations ou d'exposition.

2. **Si vous organisez des animations, de quels types d'animations s'agit-il (initiation, heure du conte, conférence, atelier créatif ...) ?**

Nous avons créé des ateliers "Livre joystick" : le projet consiste en des ateliers créatifs de jeux vidéo (trois groupes de douze jeunes ont créé chacun un jeu vidéo en s'inspirant d'un livre. Les jeux sont ensuite présentés en exposition modulable au Numeric Games et à la bibliothèque pendant plusieurs mois). L'exposition est empruntable pour les autres bibliothèques, et déclinée sous forme virtuelle. On peut la voir sur le site de la bibliothèque sous « cliquer > exposition virtuelle ». Nous avons fait peu de pub (un message swisslib) trois bibliothèques sont intéressées pour la reprendre.

3. **Quelle expérience de jeu unique peut apporter la bibliothèque par rapport au jeu chez soi, selon vous ?**

Le jeu vidéo est un support de fiction. Là où le style porte le texte dans un livre, le gameplay porte le jeu.

Il y a un positionnement politique : le jeu vidéo rentre dans le domaine culturel politique suisse, et la bibliothèque est un lieu culturel officiel.

4. **Avez-vous recours à des animateurs externes spécifiques au domaine du jeu vidéo ? Si oui, lesquels ?**

Pour faire les ateliers jeux vidéo, des moteurs existent pour certains jeux mais pour faire des jeux plus complexes il faut fait venir professionnels externes.

La curation a été faite en collaboration avec la Maison d'Ailleurs – notamment la rédaction des textes de l'exposition.

Nous avons également eu un partenariat avec le Semestre de motivation (une structure pour la réinsertion de chômeurs) : ils ont créé les meubles des bornes d'arcade.

Pendant l'exposition, nous avons organisé des activités en parallèle, dans notre programme de médiation, pour le vernissage : nous avons invité les participants des ateliers à se rencontrer pour essayer les jeux et à discuter avec les écrivains qui ont inspiré les jeux.

Nous avons organisé une visite guidée pour les collègues de la Ville, où nous avions prévu des jeux multijoueur, ainsi que des sorties pour aller voir des créateurs de jeux vidéo au Flon à Lausanne (la compagnie Sunny Side Games de l'école Ceruleum). Ce lien entre le monde des arts visuels et du jeu vidéo montre un lien de plus avec les bibliothèques à travers l'illustration.

Nous avons organisé également un après-midi de jeux vidéo intergénérationnels : les jeunes se sont entrainés à présenter des jeux à des personnes plus âgées. Pro Senectute était là pour motiver le public plus âgé. Malheureusement, l'animation n'a pas très bien marché de ce côté-ci. Par contre, elle a bien fonctionné pour le public habituel.

Nous avons aussi travaillé avec Infogames, une association de joueurs yverdonnois

Rapport-gratuit.com LE NUMÉRO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

Tout le programme a été conçu autour de la collaboration.

5. **Avez-vous des partenariats spécifiques dans le domaine du jeu vidéo ?**

Pour les animations, voir les réponses précédentes.

Sinon côté matériel, pas vraiment. Nous avons organisé "à l'arrache" cette médiation ; pour rester dans notre budget, une partie du matériel a été acheté via Interdiscount (nous avons acheté local, à Yverdon), Digitec et Cash'n'go (pour les jeux d'occasions).

6. **Avez-vous considéré les formes récentes d'expériences sociales autour du jeu vidéo, comme le streaming, pour des animations en bibliothèque ?**

Non. Il est difficile d'avoir ces compétences. Les compétences de ce type (médiamaticien) peuvent manquer dans le monde des bibliothèques.

Nous avons fait de la pub autour des jeux sur internet où ils sont visibles et téléchargeables. Les jeux sont postés sur ichio.com.

7. **Êtes-vous intéressés par les collaborations et évènements interbibliothèques (comme le tournoi interbibliothèque de League of Legends « LoL en BiB » par exemple) ?**

Nous n'avons pas de collection, ni le souhait d'en développer une.

8. **Quels publics servez-vous avec votre service (jeunes, adolescents, adultes, seniors, étudiant, famille, intergénérationnel etc.) ?**

L'animation visait tous les âges.

L'évènement était accessible à partir de quatre ans (un seul module à cet âge), sinon le public consistait de personnes intéressées par le jeu et de personnes néophytes. Cela a permis de faire découvrir la bibliothèque aux amateurs de jeux et le jeu aux habitués de la bibliothèque.

Le public senior n'a pas trop été emballé : ils n'ont pas vu l'intérêt. Mais certaines expériences ont mieux marché ailleurs.

Ce qui marcherait mieux dans la même optique : que des jeunes montrent à des personnes âgées comment fonctionnent des tablettes etc. S'ils n'ont pas de plaisir avec les jeux vidéo, les seniors ne viennent pas car ils ne voient pas l'utilité.

9. **Quels moyens de communication / marketing utilisez-vous pour promouvoir votre service de jeu vidéo ? Comment arrivez-vous à toucher les publics cités au point précédents ?**

Réseaux sociaux, imprimés, communiqués de presse : les voies classiques.

Nous aurions pu mieux toucher le public des amateurs de jeux vidéo. C'est toujours compliqué parce que nous n'avons pas de chargé de communication dans la bibliothèque. Cela demande du temps et de la préparation. C'est difficile de prévoir de la communication au-delà de sa forme basique, sans poste dédié à ça. Il faudrait trouver les magasins spécialisés et les associations de joueurs, mais ça représente un vrai travail.

10. **L'ajout du service vidéoludique vous a-t-il permis de faire venir de nouveaux usagers en plus de vos lecteurs habituels ?**

Oui quand même. Il y a ceux qui viennent pour les animations, cela fait venir nouveau public. Parfois nous avons aussi des habitués de la bibliothèque qui voit l'animation et en parle à un ami joueur. Cela permet de changer l'image du lieu.

11. Lors de la mise en place du service, avez-vous réalisé de la communication ou de l'événementiel pour accompagner son introduction ?

Les voies classiques (cf. ci-dessus).

12. Avez-vous rencontré de l'hostilité par rapport à la place du jeu vidéo en bibliothèque de la part de certains usagers ? Si oui, comment avez-vous réglé le problème ? Avez-vous pensé à une solution proactive possible ?

Mettre cette exposition dans la bibliothèque a fait se poser des questions, a provoqué des discussions entre lecteurs et bibliothécaires. Le papier contre les écrans, sont-ils ennemis etc. Nous avons mis en avant les côtés engagés de notre médiation : favoriser la création locale, le jeu indépendant, etc.

13. Avez-vous développé des outils spécifiques pour gérer vos jeux vidéo (ex : catalogue et notices spécifiques, outils d'acquisition, de diffusion, fiches techniques sur le matériel etc.) ? Seriez-vous prêt à partager vos outils et méthodes et nous fournir quelques exemples ?

Nous avons utilisé le site itch.io pour mettre en ligne les jeux créés. Une version virtuelle de l'exposition a été mise sur le site de la bibliothèque.

Nous avons créé une procédure écrite pour allumer et éteindre l'exposition, à destination des bibliothèques empruntant l'exposition.

14. Pensez-vous qu'il soit nécessaire d'être un joueur / passionné de jeu vidéo pour maintenir un service vidéoludique en bibliothèque ? Quels outils ou méthodes peuvent aider les bibliothécaires novices ?

Pas spécialement mais il faut avoir une certaine curiosité. L'idéal est d'avoir des compétences représentées dans l'équipe, de pouvoir orienter.

15. Avez-vous fait suivre une formation dans le domaine du jeu vidéo à vos bibliothécaires ? Si oui laquelle ?

Pas de formation spéciale. Nous avons formé les collègues avec une visite guidée de l'exposition et montré les procédures d'utilisation. Sinon, nous avons fait des moments de jeux à midi avec les bibliothécaires et les collègues de l'administration. Cela a amené de la discussion et des moments partagés.

16. Combien coûte votre service vidéoludique annuellement ? Avez-vous une idée également des coûts de mise en place / de lancement d'un tel service (achat de matériel notamment) ?

En temps : beaucoup, mais c'est faisable.

Côté financier, nous avons utilisé beaucoup de trucs pour économiser. Les bornes d'arcade ont été construites lors d'ateliers. Le matériel n'a coûté que 500 francs pièce.

Nous avons payé 3000 francs pour les ateliers (avec trois intervenants durant deux jours), 1200 pour les bornes de présentation, 4000 francs pour construire les bornes d'arcade, plus la communication

Il y a eu de l'aide financière de Bibliomedia et Numeric Games. Indirectement la Maison d'Ailleurs (texte et expertise), et le Semestre de motivation (des rabais sur la construction).

L'exposition est prêtée gratuitement (à l'emporter).

17. **Cet investissement s'est-il révélé bénéfique pour votre bibliothèque depuis l'introduction du service ?**

Oui, clairement. Ça montre la bibliothèque comme un lieu qui réfléchit à se renouveler sans oublier ce qu'elle est. Elle fait cohabiter les médias et les publics.

18. **Avez-vous considéré des solutions pour le prêt des jeux dématérialisés (préinstaller le jeu sur disque externe (USB, CD…) par exemple) ?**

Prêter les consoles ?

On peut avoir peur de prêter une console à la vue du prix, mais il ne faut pas oublier que ce support n'est pas forcément plus cher que 16 livres empruntés, par exemple.

Que faire contre la dématérialisation ? Pas seulement pour que les bibliothèques continuent d'exister, mais pour tous les acteurs publics qui peuvent développer un travail de mise en avant de la diversité de la production, que ce soit dans domaine du livre, du jeu, et dans le domaine de ce qui est édité.

Les centres d'art mettent en avant des œuvres d'art qui sont uniques. Les salles de concert ou de théâtre présentent des œuvres vivantes non éditées. Comment la bibliothèque pourrait rester un acteur public dans le domaine de l'édité ?

Annexe 7 : Interview - Bibliothèque de la Ville de La Chaux-de-Fonds

1. **Quel(s) services(s) vidéoludiques proposez-vous à vos usagers (prêt, jeu sur place, animations) ? Pourquoi avoir choisi l'un ou l'autre de ces aspects ?**

Du prêt depuis 2014, et en ce moment des animations qui accompagnent l'exposition « Press Start ». C'est une phase test, les animations avant l'exposition se passaient durant la présentation des coups de cœur de la bibliothèque ; le public était donc des lecteurs assidus de 65 ans environ, on a profité pour leur faire découvrir les jeux vidéo. Cela a eu beaucoup de succès, ils ont apprécié découvrir le média. Nos « petit dames » ont vite demandé l'accès aux consoles. L'exposition actuelle touche un public plus vaste. La première animation de ce jeudi a extrêmement bien marché.

2. **Si vous organisez des animations, de quels types d'animations s'agit-il (initiation, heure du conte, conférence, atelier créatif ...) ?**

D'une manière générale, nous avons un travail de médiation à faire auprès jeunes attirés que par les jeux vidéo 16-18 ans ; nous voulons leur montrer qu'il y a de bons jeux dans les jeux estampillés 7 ans etc.

Sinon, des animations découvertes (présentation de la réalité virtuelle, conférenciers-blogueurs (une présentation transmédia Batman avec échange avec le public etc.).

Il est important pour notre bibliothèque que le public soit actif avec le jeu vidéo, même en conférence. Il faut avoir la manette dans les mains.

3. **Quelle expérience de jeu unique peut apporter la bibliothèque par rapport au jeu chez soi, selon vous ?**

Apporter une autre vision du jeu vidéo, casser les barrières pour les non joueurs. Pour les joueurs, montrer qu'il n'y a pas que leurs jeux habituels mais faire découvrir d'autres choses.

4. **Avez-vous recours à des animateurs externes spécifiques au domaine du jeu vidéo ? Si oui, lesquels ?**

Nous avons fait appel à l'association NemcoShow pour l'exposition « Press Start ». C'est une association centrée sur la sauvegarde du patrimoine vidéoludique. Ils collaborent depuis plus de six ans avec les médiathèques françaises.

Nous avons invité les blogueurs Dimitri et Julien ; ils nous ont démarché pour faire une animation sur le jeu vidéo dans l'idée d'une suite d'animations régulières. C'est arrivé exactement quand l'expo « Press Start » s'est mise en place, avec son programme d'animations. Nous leur avons proposé de participer. Il est encore tôt pour dire si ces collaborations vont se poursuivre plus tard.

5. **Avez-vous des partenariats spécifiques dans le domaine du jeu vidéo ?**

Nous n'avons pas d'autres partenariats que ceux-là. Pour les achats, nous utilisons Cede.ch qui nous font 10% de rabais sur tous les supports CD. Nous avons choisi ce revendeur parce qu'il n'y a plus de petits commerces indépendants. Il est pratique car les CD sont disponibles dès le jour de sortie du jeu.

6. **Avez-vous considéré les formes récentes d'expériences sociales autour du jeu vidéo, comme le streaming, pour des animations en bibliothèque ?**

Le 28 juin, nous aurons une animation avec un streamer, qui va jouer en direct depuis la bibliothèque sur sa chaîne Twitch.tv sur le jeu Dark Soul 3. Nous sommes contents d'avoir cette animation parmi notre programme parce que le streaming fait partie intégrante de la culture du jeu vidéo aujourd'hui.

Il pourra expliquer ce qu'est le streaming, nous verrons si le succès sera au rendez-vous.

Pour l'instant nous ne faisons rien sur YouTube ; il n'est pas évident de se filmer. Du côté des vidéo de gameplay, nous présentons les coups de cœur sur notre site internet avec la pochette du jeu. Mais nous n'avons pas encore pensé à filmer le jeu. Une fois, un bibliothécaire a réalisé quelques petits montages sur YouTube pour montrer un peu de gameplay (mais comme beaucoup de vidéo du genre existent déjà sur internet, on peut aussi mettre en lien ce qui existe déjà).

7. **Êtes-vous intéressés par les collaborations et évènements interbibliothèques (comme le tournoi interbibliothèque de League of Legends « LoL en BiB » par exemple) ?**

Nous y avons déjà pensé, mais pour un tournoi via internet, cela nous pose problème car notre wifi dans la bibliothèque n'est pas assez bon. Il y a aussi le facteur que parmi les bibliothèques suisses, on ne sait pas qui exactement fait du jeu vidéo, contrairement au paysage français, où ils ont une carte mentionnant toutes les bibliothèques ayant un service de jeu vidéo.

8. **Quels publics servez-vous avec votre service (jeunes, adolescents, adultes, seniors, étudiant, famille, intergénérationnel etc.) ?**

Dès 14 ans.

Notre animation sur les casques de réalité virtuelle, c'est plutôt tout public (12 ans accompagné marche aussi).

L'animation sur Batman, nous ne savons pas si ça va capter jeunes jusqu'au bout, car c'est dur de garder l'attention des jeunes générations avec des anciens jeux.

Le but serait d'avoir toutes les tranches d'âges dans la bibliothèque. Le public qu'on cherche à atteindre avec les jeux, c'est la génération d'environ 40 ans qui ont arrêté de venir en bibliothèque mais qui joue aux jeux vidéo et qui ont une image mauvaise ou vieillotte de la bibliothèque – c'est pratique d'ailleurs d'utiliser Facebook pour montrer que la bibliothèque a bien changé.

9. **Quels moyens de communication / marketing utilisez-vous pour promouvoir votre service de jeu vidéo ? Comment arrivez-vous à toucher les publics cités au point précédents ?**

Beaucoup par Facebook. Sinon les journaux de la région et notre site internet.

Nous n'avons pas de page Instagram ni Twitter, qui pourraient être bien. Le collège à côté amène beaucoup de jeunes de 14 ans grâce au bouche-à-oreille.

Facebook est bien pour attirer ce public manquant.

10. **L'ajout du service vidéoludique vous a-t-il permis de faire venir de nouveaux usagers en plus de vos lecteurs habituels ?**

Des gens se sont inscrits exprès pour leurs enfants pour le jeu vidéo (à cause des jeux 18 et 16 ans, pour pouvoir emprunter les jeux pour eux). Il y a aussi des jeunes parents qui viennent à la

bibliothèque qui empruntent les jeux pour eux, ou encore des grands-mamans qui viennent emprunter des jeux pour leurs petits-enfants.

Mais la proportion est dure à estimer.

11. **Lors de la mise en place du service, avez-vous réalisé de la communication ou de l'événementiel pour accompagner son introduction ?**

Au début, en 2014, nous avions 50 jeux vidéo. Pour le lancement de la collection, nous avons amené les deux consoles avec un beamer pour faire un tournoi FIFA et jouer au jeu Journey. Ça a bien marché. Trois mois après, nous avions déjà le double de jeu (il y a beaucoup de sorties à Noël et en mars). Nous n'avons pas fait d'autre événementiel avant l'expo de 2017. Nous sommes restés discrets jusque-là. Nous étions les premiers en Suisse à vouloir insérer du jeu vidéo en bibliothèque, ça n'était pas évident ; on a essayé d'être prudent. Maintenant, on sait qu'on peut !

12. **Avez-vous rencontré de l'hostilité par rapport à la place du jeu vidéo en bibliothèque de la part de certains usagers ? Si oui, comment avez-vous réglé le problème ? Avez-vous pensé à une solution proactive possible ?**

Pas vraiment. Personne n'est venu nous dire « pourquoi des jeux en bibliothèque ? ». Notre directeur avait cette peur au début du projet, il a essayé de penser à des arguments à donner. Mais nous n'avons pas eu besoin de les utiliser.

Les films ont fait se poser des questions à l'époque de leur introduction : on se demandait si c'était bien le rôle de la bibliothèque de proposer cette offre, alors qu'il y avait des magasins spécialisés dans la location de vidéo. Mais ça a vite été accepté malgré tout.

Du côté des jeux vidéo, il n'y a pas eu de remarque.

Pour les idées proactives, nous avions la présentation des jeux lors des coups de cœur des bibliothécaires. Nous avons essayé de traiter la collection au même titre que les autres, mais il faut bien choisir ses jeux et éviter de montrer des jeux à controverse, comme GTA, Battlefield etc. Il faut prendre position, montrer des jeux qui sortent du lot artistiquement, montrer un coté non commercial. Le fait de mettre en avant la collection de jeux vidéo comme les autres permet ainsi de mettre en avant les choses plus artistiques du média, comme on le fait pour les autres collections.

Du côté des réticences de certains collègues, le jeu Journey a permis de vraiment les séduire. C'est le jeu à utiliser ! La conférence de Marc Atallah confirme ceci.

13. **Avez-vous développé des outils spécifiques pour gérer vos jeux vidéo (ex : catalogue et notices spécifiques, outils d'acquisition, de diffusion, fiches techniques sur le matériel etc.) ? Seriez-vous prêt à partager vos outils et méthodes et nous fournir quelques exemples ?**

Dans le catalogue Virtua, nous avons au début catalogué basiquement. Il fallait bien réfléchir parce que notre bibliothèque était la première à cataloguer des jeux en Suisse. Nous avons suivi les normes PEGI pour les âges (elles ne sont pas obligatoires mais informatives). Après coup, nous nous sommes rendu compte qu'il fallait reprendre en analyse des mots qui peuvent être utile (genre « hockey » pour les jeux NHL, parce que le terme hockey n'est pas dans le titre, etc.) pour que les jeux ressortent mieux avec la recherche. Nous avons ainsi marqué les jeux de sport de hockey (redondant mais on est sûr que ça sort), les FPS science-fiction etc.

L'analyse consiste en un résumé de ce que le jeu contient. La bibliothèque de Carouge utilise ces notices.

14. Pensez-vous qu'il soit nécessaire d'être un joueur / passionné de jeu vidéo pour maintenir un service vidéoludique en bibliothèque ? Quels outils ou méthodes peuvent aider les bibliothécaires novices ?

Oui. Au début nous nous disions que non, mais après réflexion, il faut connaître son produit pour conseiller, c'est beaucoup plus facile. Un peu comme pour une collection manga, il est dur de conseiller si on n'a jamais lu de manga. Il faut être un minimum consommateur du média.

Faire jouer ses collègues est important. Les consoles sont pratiques parce que moins technique que l'ordinateur. On peut s'y mettre plus facilement. L'idée est que les gens prennent en main l'objet. C'est obligatoire.

15. Avez-vous fait suivre une formation dans le domaine du jeu vidéo à vos bibliothécaires ? Si oui laquelle ?

Nous avons fait passer un questionnaire anonyme pour nos collègues (un questionnaire pris sur internet) pour connaitre leur niveau de connaissance sur les jeux vidéo afin d'organiser une initiation découverte, pour savoir quoi leur montrer. Etonnamment, beaucoup de nos collègues étaient déjà des joueurs.

En tant que responsable du service, j'ai suivi une formation sur les jeux vidéo en bibliothèque par la BNF (il n'y avait rien en Suisse avant 2014). Les Français sont bien en route.

Sinon, nous avons beaucoup consulté Jérémie Théodoloz.

16. Combien coûte votre service vidéoludique annuellement ? Avez-vous une idée également des coûts de mise en place / de lancement d'un tel service (achat de matériel notamment) ?

Cher. Nous n'avons pas un énorme budget (6000 francs cette année, l'année passée nous avions 7000. Nous étions à l'aise et avons pu acheter des jeux moins connus). Le problème vient du fait qu'il y a deux consoles à suivre, sur lesquelles tous les jeux sortent (nous devons regarder quelle licence marche mieux avec quel public ; la PS4 marche bien avec les jeunes, aussi FIFA n'a de succès que sur PS4 et non sur X-Box One).

Notre budget de lancement était beaucoup moindre (1000-1500 francs, mais la mise en place s'est faite en fin d'année, aussi le nouveau budget est arrivé assez vite). Ça suffisait à l'époque. Nous avions FIFA et quelques anciens classiques pour la collection de base.

Le coût des animations : celles que je donne ne coutent rien puisque nous utilisons le matériel de la collection de prêt, ainsi que le casque de réalité virtuelle de la bibliothèque.

Le budget de l'animation avec les deux blogueurs est compris dans le budget animation de la bibliothèque.

Au niveau du temps, mettre en place la collection ou les animations ne demandent pas tellement de temps. Les animations sur place sont assez vite mises en place. Il est plus chronophage de choisir les coups de cœur du mardi, qui sont destinés pour un public particulier, il faut trouver un petit texte etc. (mais c'est le même travail que pour présenter un roman).

L'expo « Press Start » a pris environ un an de travail (je travaille à 50% et je n'ai pas été tout le temps sur ce projet uniquement). J'avais rencontré NemcoShow avant sur mon temps libre. Mais toutes les expositions prennent du temps.

17. **Cet investissement s'est-il révélé bénéfique pour votre bibliothèque depuis l'introduction du service ?**

La collection marche très bien, ainsi que la médiation que nous faisons auprès des usagers. Nous sommes également très satisfaits de l'exposition. Les conférences sont encore à venir, mais pour l'instant nous sommes globalement satisfaits.

18. **Avez-vous considéré des solutions pour le prêt des jeux dématérialisés (préinstaller le jeu sur disque externe (USB, CD…) par exemple) ?**

Les jeux PC sont difficiles à fournir en prêt à cause des aspects techniques à expliquer aux usagers (configurations minimales, carte graphique etc.). La console de salon est plus proche du lecteur DVD, il n'y a pas besoin de s'occuper du côté technique. Les jeux sont calibrés pour. La gestion en est donc beaucoup plus aisée.

Mais nous sommes en train de lorgner du côté d'une plateforme qui propose des jeux en streaming, pour compléter notre offre physique : 1D Touch !

Nous avons du côté de la musique une plateforme appelée Naxos qui fournit du streaming musical qui permet aux lecteurs d'avoir accès à la musique. Nous aimerions trouver quelque chose du genre pour les joueurs de la bibliothèque du côté du jeu vidéo.

Pour le dématérialisé, on ne peut pas les prêter pour l'instant, il faut les mettre en valeur avec les coups de cœur et les animations.

Il y a par exemple, Bound, un petit jeu indépendant en réalité virtuelle que nous avons montré aux jeunes dernièrement et qu'ils ont beaucoup aimé. C'est important de pouvoir mettre des petits jeux en avant, en plus ils coûtent peu cher.

Rapport-Gratuit.com

Annexe 8 : Interview - Médiathèques d'Alfortville

1. **Quel(s) services(s) vidéoludiques proposez-vous à vos usagers (prêt, jeu sur place, animations) ? Pourquoi avoir choisi l'un ou l'autre de ces aspects ?**

Consoles Wii – WiiU et PS4 à la médiathèque du Pôle culturel

Console X-Box à la médiathèque Ile Saint Pierre

Jeux à jouer sur place sur des créneaux horaires précis dans une salle qui sert aussi à des projections, les enfants doivent s'inscrire max. une semaine à l''avance et ils peuvent jouer jusqu'à 4 maximum.

Tournois ou découverte de jeux collaboratifs trois fois par an (vacances scolaires)

Pas de prêts des jeux, l'offre n'étant pas très développée.

2. **Si vous organisez des animations, de quels types d'animations s'agit-il (initiation, heure du conte, conférence, atelier créatif ...) ?**

Tournois ou découverte de jeux collaboratifs trois fois par an (vacances scolaires)

3. **Quelle expérience de jeu unique peut apporter la bibliothèque par rapport au jeu chez soi, selon vous ?**

Les enfants peuvent jouer jusqu'à quatre, sans forcément se connaître avant de jouer ensemble, la bibliothèque est donc un lieu de sociabilité.

Pendant les jeux collaboratifs, les joueurs s'entraident les uns après les autres (respect d'un temps de jeu imposé, entraide).

Pendant les tournois Just Dance par exemple, le fait que ça se passe à la médiathèque impose le respect des joueurs et permet du jeu intergénérationnel (les parents jouent aussi).

4. **Avez-vous recours à des animateurs externes spécifiques au domaine du jeu vidéo ? Si oui, lesquels ?**

Non mais une exposition de rétrogaming est prévue en février 2018 où nous ferons appel à des créateurs de jeux vidéo.

5. **Avez-vous des partenariats spécifiques dans le domaine du jeu vidéo ?**

Nous prêtons la Wii à des groupes de personnes handicapées dans le cadre d'un partenariat.

6. **Avez-vous considéré les formes récentes d'expériences sociales autour du jeu vidéo, comme le streaming, pour des animations en bibliothèque ?**

Non

7. **Êtes-vous intéressés par les collaborations et évènements interbibliothèques (comme le tournoi interbibliothèque de League of Legends « LoL en BiB » par exemple) ?**

Oui, il y a quelques années nous avions participé à des tournois interbibliothèques autour du jeu Dofus. Nous réfléchissons à l'installation de MineCraft sur nos postes.

8. **Quels publics servez-vous avec votre service (jeunes, adolescents, adultes, seniors, étudiant, famille, intergénérationnel etc.) ?**

Jeunes et préados

Adolescents

Familles lors des tournois

Handicapés

9. **Quels moyens de communication / marketing utilisez-vous pour promouvoir votre service de jeu vidéo ? Comment arrivez-vous à toucher les publics cités au point précédents ?**

Affiches, site internet, Facebook.

10. **L'ajout du service vidéoludique vous a-t-il permis de faire venir de nouveaux usagers en plus de vos lecteurs habituels ?**

En 2008 pour le lancement du jeu en ligne Dofus, des garçons de 12-15 ans sont venus à la médiathèque pour jouer à Dofus et participer aux tournois.

Pour les tournois Guitar Hero, des joueurs d'autres villes sont venus à la médiathèque.

Sinon les usagers viennent à la médiathèque pour jouer sur les ordinateurs, les consoles en plus de leur usage habituel de la médiathèque.

11. **Lors de la mise en place du service, avez-vous réalisé de la communication ou de l'événementiel pour accompagner son introduction ?**

Affiches et tournoi.

12. **Avez-vous rencontré de l'hostilité par rapport à la place du jeu vidéo en bibliothèque de la part de certains usagers ? Si oui, comment avez-vous réglé le problème ? Avez-vous pensé à une solution proactive possible ?**

Des usagers se sont interrogés sur la légitimité de l'introduction des consoles à la médiathèque mais toute l'équipe portait le projet et a tenu un discours cohérent et commun au public sur les aspects collaboratifs des jeux vidéo, et le fait que ce sont des biens culturels comme les autres.

13. **Avez-vous développé des outils spécifiques pour gérer vos jeux vidéo (ex : catalogue et notices spécifiques, outils d'acquisition, de diffusion, fiches techniques sur le matériel etc.) ? Seriez-vous prêt à partager vos outils et méthodes et nous fournir quelques exemples ?**

Nous avons surtout fait des « formations » pour les collègues afin que chacun puisse installer les consoles et répondre aux questions des usagers (procédures d'installation et de prise en mains).

14. **Pensez-vous qu'il soit nécessaire d'être un joueur / passionné de jeu vidéo pour maintenir un service vidéoludique en bibliothèque ? Quels outils ou méthodes peuvent aider les bibliothécaires novices ?**

Il faut avant tout que ce projet soit porté par toute l'équipe pour que le service fonctionne.

15. **Avez-vous fait suivre une formation dans le domaine du jeu vidéo à vos bibliothécaires ? Si oui laquelle ?**

Une journée ABF sur les jeux vidéo en bibliothèque a été faite dans nos espaces en 2013 mais elle n'a pas été suivie par l'ensemble des collègues.

16. **Combien coûte votre service vidéoludique annuellement ? Avez-vous une idée également des coûts de mise en place / de lancement d'un tel service (achat de matériel notamment) ?**

Rapport-gratuit.com
LE NUMÉRO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

Il faut prendre en compte l'achat des consoles, manettes et chargeurs, des jeux en boîtier ou en ligne, ou des licences (type MineCraft) ainsi que de la communication.

De notre côté, il s'agit maintenant de renouveler les jeux car les consoles ont une durée de vie assez longue (la Wii est toujours très utilisée)

500 euros d'achat de jeux (Nous avons remarqué qu'il n'est pas nécessaire d'avoir un trop grand nombre de titres, en revanche il est nécessaire de prévoir des animations sur des jeux méconnus du grand public pour les faire connaître sinon ces jeux ne seront pas utilisés).

Nous réfléchissons à l'achat d'une nouvelle console pour l'an prochain.

17. **Cet investissement s'est-il révélé bénéfique pour votre bibliothèque depuis l'introduction du service ?**

-

18. **Avez-vous considéré des solutions pour le prêt des jeux dématérialisés (préinstaller le jeu sur disque externe (USB, CD…) par exemple) ?**

Non, mais nous sommes intéressés par cette possibilité.

Annexe 9 : Interview - Bibliothèque de Belleville

1. **Quel(s) services(s) vidéoludiques proposez-vous à vos usagers (prêt, jeu sur place, animations) ? Pourquoi avoir choisi l'un ou l'autre de ces aspects ?**

Animation et jeux sur place. Pas de prêt.

Le jeu sur place consiste en deux consoles (X-Boxe One, PS4) avec quatre jeux sélectionnés chaque mois par les bibliothécaires. Ce ne sont que des jeux dématérialisés, pour éviter de manipuler des DVD. Une manette leur est prêtée contre leur carte de lecteur.

2. **Si vous organisez des animations autour du jeu vidéo, de quels types d'animations s'agit-il (initiation, heure du conte numérique, conférence, atelier créatif ...) ?**

Nous ne faisons pas d'heure du conte numérique.

Nous avons un samedi par mois où nous proposons une animation de jeu sur grand écran (il peut s'agir d'un tournoi ou d'une découverte de jeu). L'espace des animations est intégré au reste de la bibliothèque, ce qui pose des contraintes quant aux jeux utilisés. Mais parfois nous organisons spécifiquement des évènements découverte pour des jeux PEGI 14.

Sinon des animations de découverte de jeux indépendants.

Un vendredi soir par mois des jeux en famille ; le concept est de demander aux enfants d'amener un parent / adulte, et d'utiliser l'intergénérationnel pour jouer en coopératif ou en compétition.

3. **Quelle expérience de jeu unique peut apporter la bibliothèque par rapport au jeu chez soi, selon vous ?**

Proposer du jeu intergénérationnel. Mettre en avant la découverte de jeux indépendants, l'aspect produit culturel des jeux vidéo.

4. **Avez-vous recours à des animateurs externes spécifiques au domaine du jeu vidéo ? Si oui, lesquels ?**

Non, généralement, les animateurs sont des bibliothécaires du réseau de bibliothèque.

Pour un atelier de pixel art, nous avons fait venir l'association le Scaphandre (http://le-scaphandre.reseaudesassociations.fr/fr/activite/22536/pixel-art).

Mais cela peut être le cas à nouveau à l'avenir de faire appel à des animateurs externes, lorsque l'animation dépasse nos compétences.

5. **Avez-vous des partenariats spécifiques dans le domaine du jeu vidéo ?**

Nous avons un partenariat avec la FNAC de Belleville ; ils prennent les bons de commandes, et nous permettent d'acheter des cartes prépayées afin d'acheter des jeux dématérialisés sur les stores des consoles et ainsi ne pas avoir à recourir à une carte bleue.

6. **Avez-vous considéré les formes récentes d'expériences sociales autour du jeu vidéo, comme le streaming, pour des animations en bibliothèque ?**

Non, pas du tout.

La plupart des ados qui viennent à la bibliothèque ne la suivent pas sur internet.

7. **Êtes-vous intéressés par les collaborations et évènements interbibliothèques (comme le tournoi interbibliothèque de League of Legends « LoL en BiB » par exemple) ?**

Pas encore d'évènement interbibliothèque réalisés, mais c'est prévu.

Le jeu interbibliothèque ne pourrait être fait qu'avec les médiathèques du réseau pour le moment, cependant.

8. **Quels publics servez-vous avec votre service (jeunes, adolescents, adultes, seniors, étudiant, famille, intergénérationnel etc.) ?**

Intergénérationnel.

Les jeunes et ados peuvent jouer en autonome à partir de 8 ans. Nous avons donc beaucoup d'enfant de 8 à 18 ans – beaucoup d'enfants du primaire et d'adolescents du lycée, mais moins entre les deux.

9. **Quels moyens de communication / marketing utilisez-vous pour promouvoir votre service de jeu vidéo ? Comment arrivez-vous à toucher les publics cités au point précédents ?**

Nous utilisons la page Facebook de la médiathèque, le site internet, la plaquette des animations que nous publions tous les 3 mois. Sinon, nous mettons des affiches et distribuons des flyers dans la médiathèque. Nous utilisons aussi les fonds d'écrans des postes de l'espace numérique pour annoncer les animations à venir.

10. **L'ajout du service vidéoludique vous a-t-il permis de faire venir de nouveaux usagers en plus de vos lecteurs habituels ?**

Oui, nous avons des nouveaux usagers, mais le service de jeux vidéo a fait partie de la médiathèque dès le commencement, suite à la réouverture de la médiathèque. Ce que nous pouvons dire, c'est que le public adolescent ne serait sans doute pas venu sans les jeux vidéo. Le bouche-à-oreille a joué.

11. **Lors de la mise en place du service, avez-vous réalisé de la communication ou de l'événementiel pour accompagner son introduction ?**

Nous n'avons pas fait de communication spéciale sur les jeux vidéo au lancement de la médiathèque.

12. **Avez-vous rencontré de l'hostilité par rapport à la place du jeu vidéo en bibliothèque de la part de certains usagers ? Si oui, comment avez-vous réglé le problème ? Avez-vous pensé à une solution proactive possible ?**

Nous n'avons pas eu d'hostilité. Il y a eu un consensus pour ce projet dès le lancement de la médiathèque. Cependant, il n'y a pas de cloisonnement dans la bibliothèque, que nous avons voulu troisième lieu ; ceci mène parfois des gens à se plaindre pour les bruits occasionnés, mais ce n'est pas le jeu vidéo en particulier qui est mis en cause. Nos postes de jeux ont des casques pour jouer, mais beaucoup de joueurs jouent sans le son.

13. **Avez-vous développé des outils spécifiques pour gérer vos jeux vidéo (ex : catalogue et notices spécifiques, outils d'acquisition, de diffusion, fiches techniques sur le matériel etc.) ? Seriez-vous prêt à partager vos outils et méthodes et nous fournir quelques exemples ?**

Nous éditons une petite brochure chaque mois pour accompagner le changement de choix de jeux vidéo avec un descriptif et l'indication des PEGI.

14. **Pensez-vous qu'il soit nécessaire d'être un joueur / passionné de jeu vidéo pour maintenir un service vidéoludique en bibliothèque ? Quels outils ou méthodes peuvent aider les bibliothécaires novices ?**

La réponse est entre les deux. Il faut connaître et tester les jeux, mais il n'est pas nécessaire d'être passionné.

15. **Avez-vous fait suivre une formation dans le domaine du jeu vidéo à vos bibliothécaires ? Si oui laquelle ?**

Nous avons suivi une formation à la Gaîté Lyrique, à Paris, sur deux jours sur le jeu vidéo en bibliothèque. Cette formation couvrait des questions sur le droit, les types de jeux à proposer etc.

16. **Combien coûte votre service vidéoludique annuellement ? Avez-vous une idée également des coûts de mise en place / de lancement d'un tel service (achat de matériel notamment) ?**

Par année, le budget est de 2000 euros pour le jeu vidéo.

Le lancement a couvert l'achat du matériel et les premiers jeux, ce qui a coûté 3'500 euros de départ en plus.

Les animations demandent un investissement très variable en temps, cela dépend du sujet (généralement d'une à plusieurs heures).

17. **Cet investissement s'est-il révélé bénéfique pour votre bibliothèque depuis l'introduction du service ?**

Oui, clairement.

18. **Avez-vous considéré des solutions pour le prêt des jeux dématérialisés (préinstaller le jeu sur disque externe (USB, CD…) par exemple) ?**

Non. Nous ne faisons pas de prêt pour des questions de droit.

Annexe 10 : Interview - Bibliothèque de Chartres

1. **Quel(s) services(s) vidéoludiques proposez-vous à vos usagers (prêt, jeu sur place, animations) ? Pourquoi avoir choisi l'un ou l'autre de ces aspects ?**

Prêt et animation.

2. **Si vous organisez des animations autour du jeu vidéo, de quels types d'animations s'agit-il (initiation, heure du conte numérique, conférence, atelier créatif ...) ?**

Les animations ont lieu pendant les vacances scolaires. Il s'agit de jeu libre sur place, sur PS3.

Elles se déroulent dans un espace convivial vers le bureau de prêt. L'animation se déroule sur tout un après-midi, sur inscription. Elles requièrent une pièce d'identité et les participants ont droit de jouer pendant 1h.

La bibliothèque de Chartres n'a pas de locaux spécifiques pour les animations, mais elle n'est pas la seule bibliothèque de son réseau – les tournois sur la Wii sont organisés dans les autres bibliothèques - mais touchent peu d'enfants. Au final le projet jeu vidéo tourne surtout autour du prêt de jeu.

3. **Quelle expérience de jeu unique peut apporter la bibliothèque par rapport au jeu chez soi, selon vous ?**

La bibliothèque peut jouer le rôle de dédramatiser le rapport au jeu vidéo, en faisant de la médiation auprès des parents, d'apporter des conseils sur le temps de jeu, le type de jeu à choisir etc.

Nous conseillons d'ailleurs souvent aux parents de jouer avec leurs enfants.

4. **Avez-vous recours à des animateurs externes spécifiques au domaine du jeu vidéo ? Si oui, lesquels ?**

Non, les animateurs sont toujours des bibliothécaires.

Le projet de jeu vidéo à début en 2011, et a été suivi d'une grosse animation de 2 mois autour du retrogaming avec une association : MO5.com (http://mo5.com/asso/) qui fut une très bonne expérience.

5. **Avez-vous des partenariats spécifiques dans le domaine du jeu vidéo ?**

Non, nous n'avons pas de partenariats. Notre bibliothèque a été plutôt précurseur dans le domaine du jeu vidéo en France, et nous nous sommes montrés plutôt prudents.

6. **Avez-vous considéré les formes récentes d'expériences sociales autour du jeu vidéo, comme le streaming, pour des animations en bibliothèque ?**

Non, ce n'est pas possible à mettre en place à Chartres. Nous n'avons pas le personnel qu'il faudrait dédier à temps plein à un tel travail. Nous sommes plutôt généralistes.

7. **Êtes-vous intéressés par les collaborations et évènements interbibliothèques (comme le tournoi interbibliothèque de League of Legends « LoL en BiB » par exemple) ?**

Nous ne faisons pas de tournoi interbibliothèque, car cela nécessite du personnel dédié. Le projet de base pose beaucoup de contraintes.

8. **Quels publics servez-vous avec votre service (jeunes, adolescents, adultes, seniors, étudiant, famille, intergénérationnel etc.) ?**

Nous avons deux publics principaux : le public jeunesse, et le public adulte (PEGI 16 et +).

Les jeux destinés aux adultes sortent peu, sans doute du fait que les adultes achètent plutôt leurs jeux eux-mêmes.

9. **Quels moyens de communication / marketing utilisez-vous pour promouvoir votre service de jeu vidéo ? Comment arrivez-vous à toucher les publics cités au point précédents ?**

Au départ, le projet a été relayé par la presse locale, qui était convaincue par le projet. Sinon, nous utilisons le portail des bibliothèques du réseau, ainsi que la communication imprimée distribuée au lecteur. Ces moyens sont suffisants.

10. **L'ajout du service vidéoludique vous a-t-il permis de faire venir de nouveaux usagers en plus de vos lecteurs habituels ?**

Oui. C'est difficile à quantifier mais il est évident que le service a fait venir un autre public.

11. **Lors de la mise en place du service, avez-vous réalisé de la communication ou de l'événementiel pour accompagner son introduction ?**

Nous avons fait venir un journaliste de la presse locale et avons organisé un évènement sur deux mois. La télévision est venue, ce qui a boosté le projet.

12. **Avez-vous rencontré de l'hostilité par rapport à la place du jeu vidéo en bibliothèque de la part de certains usagers ? Si oui, comment avez-vous réglé le problème ? Avez-vous pensé à une solution proactive possible ?**

Il a fallu obtenir l'accord de la tutelle. Un des élus n'était pas convaincu du projet au début. Il a fallu défendre la proposition avec l'aide d'une conseillère municipale. La tutelle a alors donné un cadre très précis à suivre.

Il a fallu aussi convaincre les équipes de la bibliothèque, ce qui a demandé un grand effort de la part de l'initiatrice du projet, en impliquant l'équipe. La médiation du jeu vidéo devait être porté par l'ensemble.

13. **Avez-vous développé des outils spécifiques pour gérer vos jeux vidéo (ex : catalogue et notices spécifiques, outils d'acquisition, de diffusion, fiches techniques sur le matériel etc.) ? Seriez-vous prêt à partager vos outils et méthodes et nous fournir quelques exemples ?**

Les jeux ont été catalogué comme les autres documents. Ils sont visibles depuis le portail. Pas de catalogue spécifique dédié au jeu vidéo. Nous avons fait l'usage de mots sujets sur les notices, mais ils sont peu utiles.

14. **Pensez-vous qu'il soit nécessaire d'être un joueur / passionné de jeu vidéo pour maintenir un service vidéoludique en bibliothèque ? Quels outils ou méthodes peuvent aider les bibliothécaires novices ?**

Pas forcement, la responsable du service n'est pas une joueuse. Mais il faut des gens qui jouent dans l'équipe, car c'est un média très complexe.

15. **Avez-vous fait suivre une formation dans le domaine du jeu vidéo à vos bibliothécaires ? Si oui laquelle ?**

Un stage à la BNF a été suivi par la lanceuse du projet. Il y a eu des formations en interne des équipes ; un conservateur spécialisé de la BNF est venu sur place pour sensibiliser l'équipe au média et a fait jouer les équipes, ce qui a été très bénéfique.

16. **Combien coûte votre service vidéoludique annuellement ? Avez-vous une idée également des coûts de mise en place / de lancement d'un tel service (achat de matériel notamment) ?**

Au départ nous avons dû acheter les consoles.

Le budget de lancement fut de 4000 euros entre 2010 et 2011. Nous avions une enveloppe pour la mise en place, qui a permis de commencer à environ 100 jeux.

Le budget annuel est de 3'500 euro par an. Il est utilisé au 2/3 pour les jeux jeunesse – car son taux de rotation est très élevé - et 1/3 pour les jeux adultes.

17. **Cet investissement s'est-il révélé bénéfique pour votre bibliothèque depuis l'introduction du service ?**

Très positif. Avec le recul, il s'agit d'un vrai plus pour la bibliothèque. Il a suscité un renouveau de curiosité et une image d'ouverture sur les pratiques culturelles des usagers pour l'institution.

18. **Avez-vous considéré des solutions pour le prêt des jeux dématérialisés (préinstaller le jeu sur disque externe (USB, CD…) par exemple) ?**

Non. Le prêt se limite aux jeux console.

Annexe 11 : Interview - Bibliothèque de Chassieu

1. **Quel(s) services(s) vidéo-ludiques proposez-vous à vos usagers (prêt, jeu sur place, animations) ? Pourquoi avoir choisi l'un ou l'autre de ces aspects ?**

Nous proposons le prêt de jeux, de la consultation sur place, un rendez-vous régulier « GameLab » et des animations ponctuelles. En ce qui concerne le prêt, il s'agissait d'une demande politique jumelé avec la mise en prêt des jeux de société du pôle ludothèque. Cela vis-à-vis de notre fond conséquent (environ 250 jeux vidéo) permettant également le jeu individuel (jeux solo, rpg...etc.). Avec une exclusion temporaire du prêt des nouveautés pour que les usagers puissent les découvrir sur place, faire une médiation autour de ces jeux. La consultation sur place au même titre que pour la consultation des autres documents mais aussi pour faciliter la médiation des jeux vidéo. Les animations et le rendez-vous régulier permettent de faire découvrir des jeux différents que ceux pratiqués en consultation mais aussi de revenir à d'autres aspects et pratiques du jeu ou aborder la création et l'histoire du jeu vidéo.

2. **Si vous organisez des animations, de quels types d'animations s'agit-il (initiation, heure du conte, conférence, atelier créatif ...) ?**

En ce qui concerne GameLab, il s'agit d'un « club » ouvert tous, autant aux joueurs confirmés qu'aux néophytes, une fois par mois. Nous y abordons le jeu vidéo sur des thématiques particulières à chaque séance (par exemple : l'histoire du jeu narratif, les jeux indépendants...). Une séance en trois temps avec la partie découverte où on expose la thématique et présente les jeux, une partie jeu pour découvrir, pratiquer et une partie d'échange autour de notre expérience de jeu. Nous ajoutons aussi depuis cette année une partie pratique sur la culture numérique (impression 3d, raspberry pi, ...etc.). Et parfois des soirées jeux avec le pôle ludothèque.

Nous organisons aussi des événements ponctuels, avec des concours de MineCraft, des rencontres avec des acteurs du jeu vidéo, selon notre programmation culturelle et nos thématiques annuelles.

Nous proposons aussi des heures du conte avec des contes interactifs sur tablette (mais plutôt en lien avec le pôle numérique et le pôle jeunesse).

3. **Quelle expérience de jeu unique peut apporter la bibliothèque par rapport au jeu chez soi, selon vous ?**

Le jeu en médiathèque permet de découvrir d'autres jeux, obtenir un conseil pour le choix et une aide en jeu. Il permet aussi de créer des liens avec d'autres joueurs en jouant en coopération/compétition, ou tout simplement au gré d'une discussion autour du jeu. Il y a aussi un « confort » de jeu avec un espace dédié à cet effet (jeu en famille, jeu entre amis, jeu en réseau local). Et surtout le jeu en médiathèque permet aux personnes n'ayant pas les moyens de s'équiper de consoles et de jeux d'avoir accès à cette pratique culturelle.

4. **Avez-vous recours à des animateurs externes spécifiques au domaine du jeu vidéo ? Si oui, lesquels ?**

Oui pour des animations ponctuelles, nous avons eu l'intervention de Nik de « Enter the rift » pour présenter la réalité virtuelle, L'atelier Sentô pour une exposition (the coral cave du papier à l'écran) et deux ateliers de création de jeu vidéo, la cyber-base de Bron pour une animation autour de MineCraft...

5. **Avez-vous des partenariats spécifiques dans le domaine du jeu vidéo ?**

Rapport-Gratuit.com

Non.

6. **Avez-vous considéré les formes récentes d'expériences sociales autour du jeu vidéo, comme le streaming, pour des animations en bibliothèque ?**

Des participants au tournoi LoL en BiB faisaient des commentaires durant les matchs qui étaient diffusés ensuite sur YouTube. Mais cette expérience n'a pas été renouvelée depuis, due manque de participant.

7. **Êtes-vous intéressés par les collaborations et événements interbibliothèques (comme le tournoi interbibliothèque de League of Legends « LoL en BiB » par exemple) ?**

Oui, nous y avons participé pendant trois éditions, avec deux belles victoires. Nous n'avons pas renouvelé l'expérience l'année dernière à cause d'un manque de temps et de participants.

8. **Quels publics servez-vous avec votre service (jeunes, adolescents, adultes, seniors, étudiant, famille, intergénérationnel etc.) ?**

Pour la consultation sur place : nous avons majoritairement un public enfant, préadolescent et adolescent avec une moyenne d'âge de 13,5 ans. Avec ponctuellement du jeu en famille et quelques adultes. Pour le prêt nous touchons autant un public adulte qu'un public jeunesse. Un public ado-adulte pour GameLab.

9. **Quels moyens de communication / marketing utilisez-vous pour promouvoir votre service de jeu vidéo ? Comment arrivez-vous à toucher les publics cités au point précédent ?**

Une plaquette annuelle, des flyers pour les dates de rendez-vous réguliers, notre compte Facebook, une ardoise à l'entrée de la médiathèque, le bouche-à-oreille...

10. **L'ajout du service vidéo-ludique vous a-t-il permis de faire venir de nouveaux usagers en plus de vos lecteurs habituels ?**

Oui dans un premier temps, cela a fait revenir les adolescents qui ne fréquentaient plus la médiathèque puis les aînés ont laissé la place aux cadets naturellement. Des grands-parents y accompagnent aussi leurs petits-enfants durant les vacances. Quelques usagers d'autres communes ne proposant pas le jeu et le jeu vidéo viennent aussi s'inscrire pour ce service.

11. **Lors de la mise en place du service, avez-vous réalisé de la communication ou de l'événementiel pour accompagner son introduction ?**

Oui, lors de l'arrivé de nouvelles consoles, avec des après-midis découvertes ou lors de soirée jeux.

12. **Avez-vous rencontré de l'hostilité par rapport à la place du jeu vidéo en bibliothèque de la part de certains usagers ? Si oui, comment avez-vous réglé le problème ? Avez-vous pensé à une solution proactive possible ?**

Quelques hostilités qui restent mineures. Souvent due à une méconnaissance du support ou de mauvaises pratiques (et parfois juste par un besoin de râler sur quelque chose). Ces problèmes sont gérés par de la médiation (pour ceux qui souhaitent discuter). La mise en place des consoles a fait l'objet d'une réflexion en amont pour anticiper les problématiques (temps de jeu, clichés sur jeu vidéo, règles d'utilisation, manipulation du matériel, cohabitation des publics...etc.) et pouvoir donner une réponse adaptée à un public inquiet.

13. **Avez-vous développé des outils spécifiques pour gérer vos jeux vidéo (ex : catalogue et notices spécifiques, outils d'acquisition, de diffusion, fiches techniques sur le**

matériel etc.) ? Seriez-vous prêt à partager vos outils et méthodes et nous fournir quelques exemples ?

Oui, nous avons une fiche de catalogage dans notre SIGB, une politique documentaire, une répartition par genre, des documents de veille, une liste de liens, des fiches de procédure...

Oui, nous pouvons partager nos outils et méthodes.

14. **Pensez-vous qu'il soit nécessaire d'être un joueur / passionné de jeu vidéo pour maintenir un service vidéoludique en bibliothèque ? Quels outils ou méthodes peuvent aider les bibliothécaires novices ?**

Cela peut aider, mais ce n'est pas un impératif. Comme pour tous les supports, je pense que cela aide d'avoir un intérêt personnel pour le domaine mais que l'on peut apprendre à connaître un domaine qu'on ne maîtrise pas au départ si on s'y investit. Dans le cas d'un agent qui est joueur/passionné, je pense qu'il ne suffit pas d'être passionné mais qu'il faut également savoir comment transmettre cette passion. Pour des agents novices, il faut bien sûr commencer à pratiquer le jeu vidéo. En complément, il y a beaucoup de ressources en ligne pour apprendre à connaître le domaine (des sites internet, des vidéastes), des livres spécialisés (« jeux vidéo en bibliothèque » ISBN 978-2-900177-39-6, « Jouer en bibliothèque » ISBN : 979-10-91281-54-6), des livres sur le jeu vidéo (« le petit livre du jeu vidéo » ISBN : 978-2-501-09703-1, les éditions pix'n'love…), le groupe Facebook « jeux vidéo en médiathèque », le rapport igb : http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/65198-jeu-et-bibliotheque-pour-une-conjugaison-fertile.pdf , des usagers qui aiment partager leurs connaissances du jeu vidéo...

15. **Avez-vous fait suivre une formation dans le domaine du jeu vidéo à vos bibliothécaires ? Si oui laquelle ?**

Oui, j'ai suivi la formation du CNFPT, « Les jeux vidéo en bibliothèque : une activité culturelle », qui peut être intéressante pour découvrir les différents genres de jeux vidéo. Mais qui est plus dans la théorie, moins dans la pratique.

16. **Combien coûte votre service vidéoludique annuellement ? Avez-vous une idée également des coûts de mise en place / de lancement d'un tel service (achat de matériel notamment) ?**

Annuellement notre fond de fonctionnement tourne autour de 1500 euro en acquisition de jeux vidéo (les documents sont onéreux, environ 70 euros par jeu). La mise en place d'un pôle jeu vidéo nécessite aussi l'acquisition de consoles, de manettes, de batteries pour les manettes, d'une télévision ou d'un vidéoprojecteur, de sièges pour accueillir plusieurs joueurs, de câbles HDMI (dans le cas où ils ne sont pas fournis), ce qui demande un fond d'investissement conséquent.

17. **Cet investissement s'est-il révélé bénéfique pour votre bibliothèque depuis l'introduction du service ?**

Oui, il permet de donner accès à une nouvelle offre culturelle au public et a fait revenir un public adolescent. Nous avons également la visite de professionnels d'autres structures pour observer son fonctionnement.

18. **Avez-vous considéré des solutions pour le prêt des jeux dématérialisés (préinstaller le jeu sur disque externe (USB, CD…) par exemple) ?**

Non, car les jeux dématérialisés sur consoles sont liés à des comptes. Cependant nous en acquerrons via des cartes prépayées pour les jeux indépendants. Nous ne pouvons pas acheter

Rapport-gratuit.com LE NUMÉRO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

de jeux sur PC (en dématérialisé sans DRM) car nous n'avons pas de moyens de paiement adéquats. Nous orientons nos installations PC vers le free-to-play.

Annexe 12 : Interview - Bibliothèque de Dardilly

1. **Quel(s) services(s) vidéoludiques proposez-vous à vos usagers (prêt, jeu sur place, animations) ? Pourquoi avoir choisi l'un ou l'autre de ces aspects ?**

Prêt de jeux et consoles, jeu sur place, animations, dans le but d'enrichir les services de la Médiathèque et d'être innovant.

2. **Si vous organisez des animations, de quels types d'animations s'agit-il (initiation, heure du conte, conférence, atelier créatif ...) ?**

Accueil de classe, heure du conte, café-concert, cercles de lecture, animations autour du jeu de société, animations découverte multimédia (réalité virtuelle, imprimante 3d), aide informatique, concours jeu vidéo etc…

3. **Quelle expérience de jeu unique peut apporter la bibliothèque par rapport au jeu chez soi, selon vous ?**

Le choix de la console (à Dardilly, c'est PS4,X-Box One, WiiU). La possibilité de jouer à quatre joueurs. Pour le point de vue des parents : les jeux tous publics, la limite de jeu à une heure par jour.

4. **Avez-vous recours à des animateurs externes spécifiques au domaine du jeu vidéo ? Si oui, lesquels ?**

Un agent du patrimoine ayant des compétences en multimédia et informatique a été recruté lors de la création de l'espace multimédia à raison de 15h hebdomadaires, en complément de 22h sur la section jeunesse.

5. **Avez-vous des partenariats spécifiques dans le domaine du jeu vidéo ?**

Notre fournisseur (Game spirit – la Pixeltheque) nous a conseillé pour la création du fonds la première année et a participé à une soirée jeux vidéo.

6. **Avez-vous considéré les formes récentes d'expériences sociales autour du jeu vidéo, comme le streaming, pour des animations en bibliothèque ?**

Création de vidéos de présentation de certains jeux vidéo en collaboration avec le service jeune de la commune.

7. **Êtes-vous intéressés par les collaborations et évènements interbibliothèques (comme le tournoi interbibliothèque de League of Legends « LoL en BiB » par exemple) ?**

Oui, c'est à l'étude.

8. **Quels publics servez-vous avec votre service (jeunes, adolescents, adultes, seniors, étudiant, famille, intergénérationnel etc.) ?**

Tous les publics et plus particulièrement les pré-ados (10-14 ans).

9. **Quels moyens de communication / marketing utilisez-vous pour promouvoir votre service de jeu vidéo ? Comment arrivez-vous à toucher les publics cités au point précédents ?**

Flyers distribués dans la médiathèque, les écoles et collèges.
Site internet de la Médiathèque.

10. **L'ajout du service vidéoludique vous a-t-il permis de faire venir de nouveaux usagers en plus de vos lecteurs habituels ?**

Quelques nouveaux usagers, en particulier des ados et pré-ados.
On note souvent en bibliothèque une baisse de fréquentation de la part des collégiens et lycéens. Ce service attractif permet de conserver ce public.

11. **Lors de la mise en place du service, avez-vous réalisé de la communication ou de l'événementiel pour accompagner son introduction ?**

Communication au moment de l'ouverture, avec des affiches de personnages de jeux vidéo sur les vitres de la Médiathèque et un essai gratuit.
Communication sur le site internet de la médiathèque

12. **Avez-vous rencontré de l'hostilité par rapport à la place du jeu vidéo en bibliothèque de la part de certains usagers ? Si oui, comment avez-vous réglé le problème ? Avez-vous pensé à une solution proactive possible ?**

Quelques élus avant la validation du projet, quelques parents par méconnaissance ou par rapport à une mauvaise image véhiculée par le jeu vidéo (violence, inactivité etc..).
Des critères d'âge ont été attribués, selon la classification PEGI.
Le choix des jeux a une grande importance : tous les styles sont représentés (jeu d'action, jeu stratégique, jeu de réflexion, de création etc..)
Notre discours aussi à son importance car nous présentons le jeu vidéo comme un support à part entière de la médiathèque, au même titre que les livres, les CD …

13. **Avez-vous développé des outils spécifiques pour gérer vos jeux vidéo (ex : catalogue et notices spécifiques, outils d'acquisition, de diffusion, fiches techniques sur le matériel etc.) ? Seriez-vous prêt à partager vos outils et méthodes et nous fournir quelques exemples ?**

Création d'une grille de catalogage, d'une fiche technique pour la création d'un compte pour le prêt de console, étiquetage de tous les câbles des consoles.
Mise en place d'un règlement, d'une autorisation parentale.
Nous pouvons partager ces documents.

14. **Pensez-vous qu'il soit nécessaire d'être un joueur / passionné de jeu vidéo pour maintenir un service vidéoludique en bibliothèque ? Quels outils ou méthodes peuvent aider les bibliothécaires novices ?**

C'est indispensable d'avoir des compétences.
Beaucoup de veille (jv .com, gameblog, appy gamer) le groupe de jeux vidéo en bibliothèque sur Facebook. Beaucoup de discussions aussi avec mon fournisseur.
Beaucoup d'aide techniques et de conseils.

15. **Avez-vous fait suivre une formation dans le domaine du jeu vidéo à vos bibliothécaires ? Si oui laquelle ?**

Tous les agents sont amenés à faire du prêt/retour de jeux vidéo et de consoles.
La présence de l'agent référent est un plus pour les conseils et pour régler les problèmes techniques.

16. **Combien coûte votre service vidéoludique annuellement ? Avez-vous une idée également des coûts de mise en place / de lancement d'un tel service (achat de matériel notamment) ?**

Année de lancement : 4'350 euros ; achat de consoles jeu sur place et télévisions ainsi que chargeurs et manettes (PS4, X-Box One, WiiU), 69 jeux repartis sur huit consoles (PS4, PS3, X-Box One, X-Box 360, WiiU, Wii, 3DS, DS).

Budget 2016 : 2’500 euros de jeux et 2000 euros consoles pour le prêt.

Budget 2017 4’600 euros de jeux et 2000 euros de consoles pour le prêt.

17. **Cet investissement s’est-il révélé bénéfique pour votre bibliothèque depuis l’introduction du service ?**

En termes de fréquentation et de satisfaction des usagers, oui.

En termes de notoriété dans le monde des médiathèques : oui, beaucoup de demandes de visite sur ce secteur.

18. **Avez-vous considéré des solutions pour le prêt des jeux dématérialisés (préinstaller le jeu sur disque externe (USB, CD…) par exemple) ?**

Non pas pour l’instant, on envisage pour l’année 2018 d’inclure un abonnement jeu réseau dans nos consoles en prêt (PS Plus et X-Box Live) ce qui nous permettrait de prêter les consoles avec directement en mémoire des jeux dématérialisé.

La difficulté des jeux dématérialisé est l’achat de ce jeu qui se fait principalement par carte bleue, notre fournisseur peut nous facturer des codes pour les jeux mais c’est plus cher.

Annexe 13 : Interview - Médiathèques de Montpellier

1. **Quel(s) services(s) vidéoludiques proposez-vous à vos usagers (prêt, jeu sur place, animations) ? Pourquoi avoir choisi l'un ou l'autre de ces aspects ?**

Nous proposons un espace de consultation de jeux vidéo de 190m² environ disposant de 16 consoles de jeux (six PS3, une WiiU, une Wii, huit PS4), une borne d'arcade pour le retrogaming, six PC de gaming pour le jeu en ligne multijoueurs (eSport) et un espace VR (PSVR et HTC Vive). Nous organisons régulièrement des animations (mercredis et dimanches après-midi et vacances scolaires). Pas de prêt de jeux.

2. **Si vous organisez des animations, de quels types d'animations s'agit-il (initiation, heure du conte, conférence, atelier créatif ...) ?**

Tournois, après-midi jeu, expositions, conférences, ateliers, rencontres avec les studios locaux.

3. **Quelle expérience de jeu unique peut apporter la bibliothèque par rapport au jeu chez soi, selon vous ?**

L'expérience sociale : de nombreux joueurs se rencontrent dans l'espace.

La mixité sociale également : tous les milieux socioculturels se côtoient, de la personne sans domicile fixe aux jeunes adolescents de classes plus aisées.

4. **Avez-vous recours à des animateurs externes spécifiques au domaine du jeu vidéo ? Si oui, lesquels ?**

Pas à la médiathèque Fellini, trois personnes dédiées au service jeux vidéo à temps complet.

5. **Avez-vous des partenariats spécifiques dans le domaine du jeu vidéo ?**

Plusieurs types de partenariats :

- Les studios locaux de toutes tailles : Ubisoft, Game Bakers, SwingSwing Submarine, Eric Chahi, Wardenlight Studios ;

- Les écoles de création de jeux vidéo ;

- Les autres médiathèques en France avec lesquelles on peut organiser des tournois en ligne.

6. **Avez-vous considéré les formes récentes d'expériences sociales autour du jeu vidéo, comme le streaming, pour des animations en bibliothèque ?**

Pas encore, c'est un projet dans les deux ans à venir.

7. **Êtes-vous intéressés par les collaborations et évènements interbibliothèques (comme le tournoi interbibliothèque de League of Legends « LoL en BiB » par exemple) ?**

Nous participons à LoL en BiB depuis l'année dernière. Nous avons participé à FIFA en BiB pour l'euro. Actuellement nous initions un projet autour d'Overwatch « Overwatch en Bib ».

8. **Quels publics servez-vous avec votre service (jeunes, adolescents, adultes, seniors, étudiant, famille, intergénérationnel etc.) ?**

En termes d'inscrits : 15'500 joueurs ont fréquenté l'espace en 2016 ce qui représente 1'363 usagers différents.
77 % de garçons et 23 % de filles, plutôt encourageant pour la mixité de l'espace.

L'âge moyen du joueur est 20 ans. Répartition : 37% ont moins de 14 ans, 35 % ont de 14 à 18 ans, 13 % ont entre 19 et 30 ans, 15 % ont plus de 30 ans. Pour les plus de 30 ans, 51 % sont minima sociaux.

9. **Quels moyens de communication / marketing utilisez-vous pour promouvoir votre service de jeu vidéo ? Comment arrivez-vous à toucher les publics cités au point précédents ?**

Assez peu de moyens de communication utilisés (Facebook, agenda des médiathèques, sac cabas du réseau des médiathèques, gazette de la commune). Pour les lycéens, très forts bouche-à-oreille.

10. **L'ajout du service vidéoludique vous a-t-il permis de faire venir de nouveaux usagers en plus de vos lecteurs habituels ?**

De manière plus franche ces trois dernières années : de très nombreux lycéens et jeunes adultes.

11. **Lors de la mise en place du service, avez-vous réalisé de la communication ou de l'événementiel pour accompagner son introduction ?**

Ouverture en 2007, dans un premier temps modestement (deux consoles). Pas d'événementiel mais communication via un communiqué de presse.

12. **Avez-vous rencontré de l'hostilité par rapport à la place du jeu vidéo en bibliothèque de la part de certains usagers ? Si oui, comment avez-vous réglé le problème ? Avez-vous pensé à une solution proactive possible ?**

Il a fallu effectivement justifier ce choix à de nombreux lecteurs, aujourd'hui la question ne nous est plus posée. La fréquentation parents-enfants est d'ailleurs un marqueur plutôt intéressant à ce sujet.

13. **Avez-vous développé des outils spécifiques pour gérer vos jeux vidéo (ex : catalogue et notices spécifiques, outils d'acquisition, de diffusion, fiches techniques sur le matériel etc.) ? Seriez-vous prêt à partager vos outils et méthodes et nous fournir quelques exemples ?**

Les jeux vidéo sont intégrés dans notre catalogue comme n'importe quel autre document. Des profils de notices spécifiques ont été créés. Nous avons également élaboré des catalogues papiers pour l'aide à la sélection. Nous n'avons pas développé d'outils spécifiques en interne.

14. **Pensez-vous qu'il soit nécessaire d'être un joueur / passionné de jeu vidéo pour maintenir un service vidéoludique en bibliothèque ? Quels outils ou méthodes peuvent aider les bibliothécaires novices ?**

Pour moi la réponse est évidente : oui. Plusieurs personnes interviennent en secteur JV et il y a une différence très nette entre les personnes attitrées au service et celles de passage. Il y a deux composantes à prendre en compte : la connaissance du domaine (sorties, histoire du JV, support etc…) et la connaissance technique liée aux différentes machines et leurs gestions (interfaces, matériels…). Voir plus bas pour les outils et méthodes.

15. **Avez-vous fait suivre une formation dans le domaine du jeu vidéo à vos bibliothécaires ? Si oui laquelle ?**

A la fois des formations internes dispensées par le responsable du secteur JV de Fellini (qui est aussi le référent JV du réseau des médiathèques) et des formations via le CNFPT. Depuis 2 ans il y a également des formations expertes qui sont mise en place pour les référents jeux vidéo aguerris.

16. **Combien coûte votre service vidéoludique annuellement ? Avez-vous une idée également des coûts de mise en place / de lancement d'un tel service (achat de matériel notamment) ?**

Pour les 13 médiathèques du réseau :

- Budget acquisition pour les jeux vidéo : 13'000 euros (3000 euros pour Fellini par exemple).

- Budget matériel : variable d'une année sur l'autre selon le changement de génération de console. Régulièrement 10'000 euros.

Non chiffré : un assistant de conservation et deux adjoints du patrimoine.

Je n'ai pas le coût du lancement d'un tel service.

17. **Cet investissement s'est-il révélé bénéfique pour votre bibliothèque depuis l'introduction du service ?**

Totalement :

- Modernisation de l'image des médiathèques.
- Fréquentation du secteur se reporte sur les autres espaces de consultations sur place (Films et Bandes dessinées).
- Au niveau des statistiques : 78 % des joueurs ont emprunté au moins un document dans l'année.

18. **Avez-vous considéré des solutions pour le prêt des jeux dématérialisés (préinstaller le jeu sur disque externe (USB, CD…) par exemple) ?**

Absolument pas.

Annexe 14 : Interview - Bibliothèque Vaclav Havel (Paris)

1. **Quel(s) services(s) vidéoludiques proposez-vous à vos usagers (prêt, jeu sur place, animations) ? Pourquoi avoir choisi l'un ou l'autre de ces aspects ?**

Nous avons dans la bibliothèque une salle dédiée aux jeux vidéo. Pour des questions juridiques, ces derniers ne sont pas empruntables, mais les usagers peuvent y jouer sur place. Nous avons en tout cinq consoles : deux PS4, deux WiiU et une X-Box (bientôt remplacée par la Switch). Les usagers peuvent ainsi réserver un créneau : ils ont droit à 1h de jeu par jour.

A cela s'ajoutent des animations régulières (séances de découverte, tournois, etc.) et des animations ponctuelles (conférences, rencontres, etc.)

2. **Si vous organisez des animations autour du jeu vidéo, de quels types d'animations s'agit-il (initiation, heure du conte numérique, conférence, atelier créatif ...) ?**

Nos animations sont assez diverses et visent une variété de publics. En plus des exemples mentionnés plus haut, nous animons des séances de découverte de jeux et applications destinées aux familles (les enfants sont en ce cas accompagnées de leurs parents.) D'autres se destinent aux 8-12 ans et peuvent prendre la forme d'ateliers créatifs (codage, etc.). D'autres encore s'adressent aux adolescents : il s'agit de séances hebdomadaires consacrées à la présentation de nouveaux jeux, à la rédaction de critiques, mais aussi à la fabrication avec, par exemple, des Lego Mindstorm. De même, des associations de jeunes retraités et handicapés viennent régulièrement dans nos murs pour découvrir ce média et, enfin, nous intervenons tous les mois dans un EHPAD pour animer des séances numériques (avec jeux vidéo ou tablettes).

3. **Quelle expérience de jeu unique peut apporter la bibliothèque par rapport au jeu chez soi, selon vous ?**

   En tant que produit culturel, la présence du jeu vidéo en bibliothèque constitue un apport sur différents points.

   1) Elle permet de tisser des liens avec des publics réputés difficiles comme les adolescents ou les handicapés.

   2) Compte tenu de notre localisation dans un quartier populaire, le jeu vidéo donne accès, pour un public défavorisé, à un média onéreux.

   3) Enfin, elle permet d'envisager des passerelles vers différents médias (littérature, art, cinéma) dans cette idée qu'un joueur peut devenir lecteur, mais également qu'un lecteur peut devenir joueur.

4. **Avez-vous recours à des animateurs externes spécifiques au domaine du jeu vidéo ? Si oui, lesquels ?**

Oui, nous recevons ponctuellement des animateurs extérieurs. Par exemple, le collectif Alinéaire est venu dans nos murs pour proposer des installations autour des jeux vidéo et des migrants (un de nos publics réguliers). De même pour Kayane, championne de *Street Fighter*

5. **Avez-vous des partenariats spécifiques dans le domaine du jeu vidéo ?**

Oui, le collectif Alinéaire et 'isart (école de jeux vidéo).

6. **Avez-vous considéré les formes récentes d'expériences sociales autour du jeu vidéo, comme le streaming, pour des animations en bibliothèque ?**

Rapport-Gratuit.com

Oui, des Youtubeurs sont intervenus dans le cadre de rencontres. Pour le streaming, nous n'avons rien fait, faute de matériel.

7. **Êtes-vous intéressés par les collaborations et évènements interbibliothèques (comme le tournoi interbibliothèque de League of Legends « LoL en BiB » par exemple) ?**

Oui. Même si cela n'a pas encore eu lieu, nous envisageons des animations inter-bib avec l'ensemble du réseau des bibliothèques parisiennes.

8. **Quels publics servez-vous avec votre service (jeunes, adolescents, adultes, seniors, étudiant, famille, intergénérationnel etc.) ?**

Nous tentons de viser tous les publics. La plupart sont enfants ou adolescents, mais avec nos animations, nous touchons également les parents et les retraités.

9. **Quels moyens de communication / marketing utilisez-vous pour promouvoir votre service de jeu vidéo ? Comment arrivez-vous à toucher les publics cités au point précédents ?**

Nous nous servons de toutes sortes de moyens : affiches, ludographies, mais aussi articles de blog pour des critiques de jeux, post Facebook pour couvrir nos événements, etc. Avec les adolescents membres de notre club hebdomadaire, nous réalisons également un journal mensuel.

10. **Votre service de jeux vidéo possède-t-il un logo ou une identité visuelle propre pour le distinguer ou le rattacher aux autres services de la bibliothèque ?**

Le projet d'établissement favorisant la transversalité, nous ne nous distinguons pas du reste de la bibliothèque. Cela dit, le logo de celle-ci repose sur un graphisme pixellisé, montrant bien comment le jeu vidéo et les services numériques sont inscrits dans sa ligne directrice.

11. **L'ajout du service vidéoludique vous a-t-il permis de faire venir de nouveaux usagers en plus de vos lecteurs habituels ?**

Le service jeu vidéo étant présent dès l'ouverture de la bibliothèque (en 2013), nous ne pouvons pas réellement constater d'évolution à ce sujet. Cela dit, par rapport aux autres établissements parisiens, nous accueillons plus largement un public adolescent fidélisé.

12. **Lors de la mise en place du service, avez-vous réalisé de la communication ou de l'événementiel pour accompagner son introduction ?**

Oui, dans le cadre de l'inauguration de la bibliothèque.

13. **Avez-vous rencontré de l'hostilité par rapport à la place du jeu vidéo en bibliothèque de la part de certains usagers ? Si oui, comment avez-vous réglé le problème ? Avez-vous pensé à une solution proactive possible ?**

Personnellement, on ne m'a jamais rien dit. Mais si jamais ça m'arrivait, j'imagine que je mettrais en avant le potentiel « transmédia » du jeu vidéo ainsi que notre politique de considérer la bibliothèque comme un espace de loisirs.

14. **Avez-vous développé des outils spécifiques pour gérer vos jeux vidéo (ex : catalogue et notices spécifiques, outils d'acquisition, de diffusion, fiches techniques sur le matériel etc.) ? Seriez-vous prêt à partager vos outils et méthodes et nous fournir quelques exemples ?**

Nous avons un catalogue qui est le même que le reste des documents de la bibliothèque. Nous avons réalisé nous-mêmes notre plan de cotation au même titre que notre politique de mise en valeur des collections.

15. **Pensez-vous qu'il soit nécessaire d'être un joueur / passionné de jeu vidéo pour maintenir un service vidéoludique en bibliothèque ? Quels outils ou méthodes peuvent aider les bibliothécaires novices ?**

Sans être passionné, il vaut mieux connaître ce domaine un minimum (au même titre que pour les autres sections, type jeunesse ou discothèque), ne serait-ce que pour des questions techniques (usage de manettes, installation d'un jeu, etc.). De même pour tout ce qui est conseil, gestion du fonds, animations autour de nouveaux jeux, etc. Cela dit, de plus en plus de revues spécialisées, sites, etc., peuvent aider à l'acquisition de ces compétences.

Concernant les bibliothécaires novices de notre équipe, nous tâchons de les former régulièrement aux différentes consoles et aux aléas techniques. A cela s'ajoutent des rencontres et journées professionnels organisés par le réseau des bibliothèques de la Ville de Paris sur la question du jeu en bibliothèque.

16. **Avez-vous fait suivre une formation dans le domaine du jeu vidéo à vos bibliothécaires ? Si oui laquelle ?**

Oui, nous les formons régulièrement aux consoles, notamment pour les dernières arrivées.

17. **Combien coûte votre service vidéoludique annuellement ? Avez-vous une idée également des coûts de mise en place / de lancement d'un tel service (achat de matériel notamment) ?**

Notre budget annuel s'élève à 6000 euros. Le budget d'investissement avant ouverture était réparti sur plusieurs années. Il s'élève environ à 20'000 euros (consoles et jeux).

18. **Cet investissement s'est-il révélé bénéfique pour votre bibliothèque depuis l'introduction du service ?**

Oui, mais, encore une fois, cela est difficilement quantifiable, puisque la bibliothèque a ouvert avec ce service déjà en place.

19. **Avez-vous considéré des solutions pour le prêt des jeux dématérialisés (préinstaller le jeu sur disque externe (USB, CD…) par exemple) ?**

Oui, nous avons dans notre fonds un certain nombre de jeux dématérialisés. Ces derniers sont enregistrés sur les consoles et nous présentons dans les rayons des « jaquettes fictives » pour les mettre en valeur.

Cela dit, au même titre que les autres, nous ne les prêtons pas.

Rapport-gratuit.com
LE NUMÉRO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

Annexe 15 : Interview Bibliomedia

- Est-ce que le travail de Bachelor que Fanny Béguelin a réalisé pour vous en 2014 vous a aidé à orienter vos choix sur ce que Bibliomedia propose dans le domaine du jeu vidéo aux bibliothèques ? Qu'en est-il ressorti ?

Il nous a aidé à dégrossir notre réflexion au sujet du jeu vidéo et de son utilisation en bibliothèque. Alors que Fanny Béguelin préconisait que nous prêtions jeux et consoles, nous y avons renoncé. Nous avons en effet préféré donner l'élan aux bibliothèques motivées d'une autre manière, soit en leur offrant un montant relativement important leur permettent de démarrer une action de médiation autour du jeu vidéo. Cette solution a été préférée à l'achat de matériel qui devient vite obsolète, que ce soit du point de vue des jeux comme des consoles.

- Pouvez-vous mettre à disposition du matériel en prêt (consoles, ordinateurs, jeux etc.) pour les bibliothèques qui aimeraient faire des essais avant de se lancer - tout comme vous prêtez du matériel dans d'autres domaines ?

Non. Nous y avons renoncé. Cf. infra

- Le crédit de soutien pour les bibliothèques se lançant dans le jeu vidéo n'a pas été reconduit selon votre site. Est-il possible de savoir pourquoi ? Est-ce une question de budget ?

Nous ne l'avons pas reconduit car nous ne sommes toujours pas persuadés d'avoir trouvé la bonne formule. La mesure a été appréciée mais les montants engagés font réfléchir. D'un autre côté, les actions réussies avec ce média démontrent qu'en engagement total de la bibliothèque dans ce domaine est le seul garant de succès. Et donc, la somme offerte par Bibliomedia n'était pas suffisante pour finaliser un vrai projet de médiation.

- En ce qui concerne les jeux dématérialisés, qui prennent une place toujours plus importante et sont très intéressants pour représenter la scène indépendante du média, envisagez-vous de proposer aux bibliothèques un système de prêt numérique à distance, comme vous le faites actuellement avec les e-books ? Si non, avez-vous des pistes pour prêter ou mettre à disposition cette forme de jeux vidéo aux usagers ?

C'est une bonne question. Nous ne sommes pas encore arrivés à ce point dans nos réflexions actuellement. Ça pourrait être une piste de travail à l'avenir. Mais nous remarquons aussi que les joueurs invétérés vivent leur passion en dehors des bibliothèques. Mais la porte reste ouverte, si des solutions techniques le permettent, nous pourrions nous lancer. Pourquoi pas …

Annexe 16 : Questionnaire pour les usagers de Prilly

Bibliothèque et jeux vidéo

Enquête sur les attentes des usagers de la bibliothèque de la Ville de Prilly

Ce questionnaire a pour but de cerner les besoins et les souhaits des utilisateurs actuels et potentiels de la bibliothèque de Prilly concernant un possible service autour du jeu vidéo. Les réponses sont anonymes. Plusieurs réponses sont possibles pour chaque question.

Question 1 : Seriez-vous intéressés si la bibliothèque proposait du jeu vidéo …

☐ … à emprunter.

☐ … disponible pour jouer sur place

☐ … lors d'animations spécifiques

☐ Je ne suis pas intéressé par une offre de jeu vidéo de la part de la bibliothèque

Question 2 : Si vous jouez, sur quel support jouez-vous ?

☐ Ordinateur fixe ou portable

☐ Consoles Nintendo de salon (Wii, WiiU, Switch …)

☐ Consoles Nintendo portables (3DS, DS, Switch …)

☐ Consoles Sony de salon (PS3, PS4 …)

☐ Consoles Sony portable (PSP, PSVita …)

☐ Consoles Microsoft (X-Box, X-Box 360, X-Box One …)

☐ Téléphone / Tablette

Question 3 : Si vous jouez, quel genre de jeux aimez-vous ?

☐ Jeux de plateformes (Super Mario, Shovel Knight, etc.)

☐ Jeux d'aventure / Jeux de rôle (Legend of Zelda, The Witcher, etc.)

☐ Jeux de stratégie / tactique (WarCraft, League of Legends etc.)

☐ Jeux de sport (FIFA, NBA, etc.)

☐ Jeux sociaux (Mario party, Mario Kart, Wii Sport, WarioWare, etc.)

☐ Jeux de réflexion / puzzle (Tetris, Candy Crush Saga, etc.)

☐ Jeux de combat (Street Fighters, Tekken, etc.)

☐ Jeux de tir / First Person Shooter (Halo, Call of Duty, Overwatch etc.)

☐ Jeux de simulation (Les Sims, Farming Simulator etc.)

☐ Jeux de rythme / danse (Juste Dance, Guitar Hero …)

☐ Jeux sur téléphone ou en ligne (comme passe-temps, en déplacement etc.)

Question 4 : Si vous jouez, qu'est-ce que vous aimez dans l'expérience d'un jeu …

☐ Comprendre et maîtriser les mécaniques d'un jeu. Penser à la meilleure stratégie

☐ Une bonne histoire / un univers immersif

☐ De l'action / de la vitesse. Tester / améliorer sa précision, ses réflexes

☐ Testez ses connaissances, sa culture générale. Apprendre.

☐ Rencontrer des gens, partager autour du jeu …

Question 5 : Si vous ne jouez pas aux jeux vidéo, c'est plutôt…

☐ Par manque d'intérêt, de connaissance ou de compétence par rapport à ce média

☐ Par manque de temps

☐ Parce que vous êtes plutôt multijoueur et n'avez personne avec qui jouer

☐ Parce que vous avez une appréhension sur ce média (problèmes de violences, dépendances …)

Question 6 : Dans une bibliothèque proposant du prêt autour du jeu, seriez-vous intéressés par emprunter … :

☐ … des jeux pour consoles

☐ … une console portable

☐ … une tablette de jeu (avec des jeux préinstallés).

☐ … des magazines spécialisés ou des guides stratégiques sur certains jeux (CanardPC …)

☐ … des musiques tirées de bandes originales de jeux vidéo

☐ … des livres autour du jeu vidéo (livres de « concept art », sur sur la création de jeu vidéo / les métiers du jeu vidéo, romans / BD / Mangas tirés d'univers de jeux vidéo …)

Question 7 : Dans une bibliothèque proposant du matériel pour jouer sur place, vous souhaiteriez pouvoir …

☐ … jouer sur console de jeu de salon

☐ … jouer sur console de jeu portable

☐ … jouer sur un ordinateur

☐ … jouer sur une tablette

Question 8 : Dans une bibliothèque proposant des animations, vous seriez intéressés par :

☐ Des animations où l'on joue (initiation aux jeux pour les néophytes, après-midi jeux libres, découvertes de jeux peu connus, tournois …)

☐ Des ateliers créatifs (création de jeux, de niveaux, de dessin ou d'écriture autour de l'univers d'un jeu …)

☐ Des conférences, des tables rondes ou des débats sur le sujet

☐ Des spectacles (par exemple : Des « heures du conte numérique » (ndlr : un conteur professionnel narre l'histoire d'un jeu projeté sur écran et laisse aux spectateur le choix de certaines actions ou décisions (surtout destiné aux enfants) ou de l'e-sport)

☐ Des expositions temporaires (par exemple sur le retrograming …)

Question 9 : Qu'est-ce que la bibliothèque pourrait vous apporter concernant le jeu ?

☐ Accéder à des jeux ou du matériel que tout le monde ne peut pas s'offrir

☐ Tester les jeux et s'en faire une bonne idée avant de les acquérir

☐ Faire découvrir des jeux qu'on ne connaît pas forcément

☐ Offrir un lieu pour jouer

☐ Rencontrer d'autres joueurs

☐ Faire découvrir le jeu vidéo à ceux qui ne le connaissent pas.

☐ Donner des conseils sur le média (choix du jeu, jeux similaires, âge requis, qualité ou complexité du gameplay etc.)

☐ Découvrir les nouvelles tendances et technologies (comme la réalité virtuelle, la réalité augmentée)

☐ Découvrir les métiers qui existent derrière le jeu vidéo (gamedesigner, level designer, infographiste…)

☐ Comprendre les mécaniques derrière le média. Donner des clés de lecture du média.

☐ Permettre d'organiser des évènements difficiles à mettre en place tout seul (tournois etc.).

☐ Aider les parents à connaître le média utilisé par leurs enfants

Question 10 : Quel est votre âge ?

☐ 6-9 ans

☐ 10-14 ans

☐ 15-24 ans

☐ 25-34 ans

☐ 35-49 ans

☐ 50 ans et +

Question 11 : Vous êtes …

☐ Une femme

☐ Un homme

Annexe 17 : Glossaire

Borne d'arcade : meuble dans lequel se trouve un système de jeu, à l'origine disposé dans des lieux dédiés (salles d'arcade). L'introduction de pièces de monnaie dans le dispositif permettait au joueur de s'attribuer un certain nombre de vies pour tenter de battre le jeu.

Bug : de l'anglais « insecte », le bug dénomme tout problème technique pouvant survenir dans un programme informatique.

DDR : Dance Dance Revolution. Jeu japonais de rythme qui consiste à appuyer avec les pieds au bon endroit au bon moment sur un sol de danse, en suivant le rythme d'une musique.

DLC : Downloadable Content ; il s'agit de contenu additionnel réalisé pour un jeu après sa sortie par son équipe de développement. Les DLC peuvent être gratuits ou payants et permettent d'agrandir la durée de vie d'un jeu vidéo.

DRM : Digital Rights Management. Système de protection antipiratage appliqué par les éditeurs à des produits numériques comme les ebooks et les jeux vidéo. Ces systèmes demandent souvent au possesseur du programme ou du fichier de s'identifier à l'aide d'un compte en ligne et d'un mot de passe. Ils posent des problèmes aux bibliothèques notamment pour le prêt aux usagers et pour la conservation à long terme des documents numériques.

CNFPT : Centre National de Fonction Publique Territoriale ; il s'agit d'un établissement administratif français qui gère la fonction publique territoriale, dont le conseil, le recrutement et l'information. Elle offre notamment des formations pour les bibliothécaires.

EHPAD : Acronyme de « établissements d'hébergement pour personnes âgées dépendantes ». Terme français pour les maisons de retraite.

eSport : acronyme de « electronic sport », ou sport électronique en français. Il s'agit de la scène compétitive du jeu vidéo en multijoueurs, où des joueurs professionnels s'affrontent dans des tournois.

Fanart / fanfiction : les deux concepts découlent d'un même procédé, celui de s'inspirer de l'univers d'une autre œuvre. Le fanart consiste à créer une représentation illustrée en rapport avec l'œuvre évoquée et la fanfiction de rédiger une histoire reprenant le monde ou les personnages de cette œuvre.

FPS : First Person Shooter, ou littéralement « Jeux de tir à la première personne ». Il s'agit de jeux vidéo où le joueur perçoit le monde directement à travers la perspective de son personnage (« à la première personne ») et qui sont centrés sur le tir et la vitesse, avec comme concept principal de toucher des cibles et d'esquiver des tirs ennemis. Un des premiers titres à avoir démocratisé le genre est le jeu DOOM de Id Software.

Gameplay : l'expérience de jeu. Elle recouvre à la fois les règles du jeu ainsi que les ressentis (« game feel ») du joueur face à ses interactions avec celui-ci.

Jeux AAA / jeux mainstream : productions à grands budgets par des studios importants, dans le but de récolter un grand nombre de bénéfices. Elles sont généralement produites par un studio comprenant de larges équipes, et doivent suivre un cahier des charges très restrictifs. Les jeux AAA s'opposent aux jeux indépendants.

Jeux indépendants : petites productions créées par un développeur isolé ou un petit groupe de développeurs sans grands moyens financiers ou sans éditeurs. Ces productions ont généralement un cahier des charges plus libre que les jeux mainstream et peuvent se permettre plus d'expérimentations.

Let's play : littéralement « jouons » ou « jouons à », le *Let's play* est un format vidéo où un joueur enregistre sa progression dans un jeu vidéo tout en commentant ses actions de façon informative et / ou divertissante.

LoL : initiales du jeu « League of Legends ». Il s'agit d'un MOBA (Multiplayer Online Battle Arena), un sous-genre du jeu de stratégie où le joueur ne contrôle qu'une seule unité (héros) plutôt qu'une armée.

Machinima : combinaison de « machine » et « cinema », la machinima est une technique de création de film utilisant les univers virtuels (principalement les jeux vidéo) comme terrain de tournage. Certains jeux vidéo peuvent même être équipés de fonction permettant de mettre en scène des films à l'intérieur de leur moteur.

Makey Makey : un kit de création électronique permettant à tout le monde de créer des manettes de jeu pour les connecter à des programmes informatiques. Ces bricolages permettent de réaliser non seulement des manettes mais d'autres contrôleurs plus larges comme des bornes d'arcade par exemple.

Papercraft : « Maquette en carton » en anglais. Il s'agit de construire en objet en trois dimensions en papier cartonné à partir d'un patron imprimé sur une feuille, à l'aide de pliage et de découpage.

Point'n'click : littéralement « pointer et cliquer », ce type de jeux d'aventure à base d'énigmes à résoudre se joue généralement à la souris. Le joueur montre les éléments avec lesquels il veut interagir à l'écran à l'aide de son curseur et choisit les moyens d'interactions avec ceux-ci (prendre, pousser, parler etc.).

Retrogaming : attrait pour les jeux dit « anciens ». Le retrogaming s'intéresse à l'histoire du jeu vidéo. Certains retrogamers aiment jouer aux jeux d'époque, d'autres apprécient également de collectionner les anciens matériels (consoles, cartouches, boîtes etc.).

RPG : acronyme de Role Playing Game, ou littéralement « jeux de rôle ». Il s'agit d'un genre de jeux vidéo inspiré par les jeux de rôle sur table comme Donjon et Dragon. Leur caractéristique est de souvent se centrer autour d'un héros ou groupe de héros dont les caractéristiques peuvent évoluer en puissance, et d'un scénario ou d'un univers assez important et immersif.

Speedrun : le speedrun est une discipline visant à terminer un jeu vidéo de la façon la plus rapide possible, comme s'il s'agissait d'une course de vitesse. Les speedrunners peuvent parfois exploiter les défauts d'un jeu pour passer certaines portions du jeu plus vite.

Streaming / streamer : de « stream » en anglais, « flux ». Le streaming consiste à produire une vidéo en direct. Le streaming de jeux vidéo est très populaire aujourd'hui, notamment grâce à la plateforme Twitch. Le streamer se filme en train de jouer, et peut interagir avec ses spectateurs via un système de discussion en ligne.

Walkthrough : « traversée » en anglais, la walkthrough est un guide ou une marche à suivre destinée à fournir la solution d'un jeu vidéo. La walkthrough peut être réalisée sous forme de texte ou encore en vidéos filmées à partir du jeu. Elle est parfois appelée « soluce » en français, abréviation populaire pour « solution ».

Wish list : « liste de vœux » en français. Il s'agit d'une liste de services ou biens qu'une personne ou une organisation ne possède pas encore mais désire acquérir. Le but d'une *wish list* est de faciliter la communication entre la personne souhaitant faire un don et la personne qui le reçoit sur la nature de ses besoins.