

La Médiathèque : chantier graphique

la médiathèque

DE LA COMMUNAUTÉ FRANÇAISE DE BELGIQUE ASBL

La Médiathèque est une association sans but lucratif dont l'objectif est le prêt de médias auditifs et audiovisuels en Wallonie et à Bruxelles.

800.000 médias sont proposés aux membres de l'asbl via 13 centres de prêt fixes et 4 centres de prêt mobiles (discobus).

La Médiathèque assure un rôle de conservation et une mission didactique basée sur la diversité culturelle, visant à encourager la découverte de musiques, de films et de multimédias du monde entier.

Sept engagements :

- 1. Défendre un accès démocratique et égal pour tous à la culture musicale et audiovisuelle.**
- 2. Développer sans cesse nos collections en toute indépendance.**
- 3. Rechercher en permanence les titres qui alimentent la plus large diversité culturelle.**
- 4. Organiser nos collections pour faciliter les recherches et susciter la curiosité.**
- 5. Investir dans notre mission éducative en proposant des outils de compréhension et d'analyse de notre répertoire.**
- 6. Accueillir dans les meilleures conditions de compétence et de fiabilité.**
- 7. Revendiquer le droit à une politique culturelle dans l'environnement Internet qui ne laissera pas aux seuls intérêts marchands le choix des contenus proposés et des modalités d'accès.**

La Médiathèque, c'est fou les talents qu'on vous prête.

2 axes de recherche :
identité visuelle (charte graphique)
fonctionnalités web (maquette de démonstration)

chantier

Objectif.

Il s'agit d'un chantier de création et de recherche divisé en deux axes :

- l'identité visuelle de La Médiathèque :
charte graphique, logo et visuels.
- le site web de La Médiathèque :
fonctionnalités et interface graphique.

À l'issue de ce chantier, une série de propositions seront formalisées :

- un projet d'identité visuelle sous forme de charte graphique incluant un logo et ses applications, ainsi qu'un ensemble d'images relatives aux missions et aux enjeux de la médiathèque.
- un projet d'interface graphique sous forme de maquette de démonstration incluant la présentation de fonctionnalités (recherche, écoute, catégorisation, comparaison, recommandations, statistiques) dans un contexte web 2.0 (tags, RSS, mutualisation, contributions d'utilisateurs, pratiques communautaires, réseaux sociaux).

Contexte.

Ce chantier s'inscrit dans un contexte opportun : La Médiathèque est actuellement dans une période de refonte globale de son image et de ses services.

Par ailleurs, les nouvelles pratiques de distribution, de consommation et d'échange des médias numérisés (musique, films) pose de nouveaux problèmes économiques et juridiques, et nécessite une adaptation des services de La Médiathèque, soumise de facto à ces nouveaux enjeux.

séquences de travail

séquence de travail : identité visuelle

01. Recherche graphique.

Icônes, pictogrammes, images métaphoriques illustrant les questions suivantes : comment représenter un media (musique, films, jeux) ? Comment représenter un média «dématérialisé», indépendamment de tout support ? Comment représenter la notion de communauté ou de communauté en ligne (réseau, liens, amis, etc) ? Ces images serviront ultérieurement à la création d'une affiche.

02. Photo.

Chaque étudiant(e)s apporte 5 petits objets signifiant selon lui (au choix) la musique, les films, les jeux (métaphoriquement, ironiquement, poétiquement, littéralement, etc). Une séance de photo prend place au studio photo. Il s'agira d'un travail d'observation et de manipulation, destiné à effectuer le portrait simple d'un objet de petite taille incarnant un aspect de la musique. Cet objet servira ultérieurement à la création d'une affiche.

02. Visite.

Visite au centre de prêt de La Médiathèque du Passage 44 à Bruxelles. Rencontre et présentation des services avec un responsable de La Médiathèque. Questions/réponses. Reportage photo.

03. Identité visuelle.

À l'aide des pistes explorées lors des exercices précédents et des informations prélevées lors de la visite de La Médiathèque, création d'une identité visuelle : charte graphique (PDF) contenant un descriptif précis, des exemples, des déclinaisons et visuels utilisant les éléments issus des recherches précédentes.

04. Présentation.

Présentation des propositions aux responsables de la communication de La Médiathèque.

séquence de travail : fonctionnalités web

01. Etudes de cas.

Par deux (ou par petits groupes), les étudiants choisissent, parmi les propositions ci-dessous, un service/logiciel qu'ils présentent à la classe en mettant en exergue les points forts, d'un point de vue web 2.0.

Communautés :

Flickr, Del.icio.us, Wikipedia

Communautés musicales, sites de diffusion ou de vente, logiciels :

Last FM, iTunes, Discogs, imeem, Pandora, Deezer, Jiwa, Spotify, MusicBrainz, MusicMe, Radio.blog, WorMee, JackMaestro, Believe, ReverbNation, 7Digital

02. Le site de La Médiathèque.

Analyse en groupe de ce qui existe et de ce qu'il manque, compte tenu des observations notées précédemment.

03. Solutions.

Propositions de fonctionnalités sous forme de maquettes de démonstration réalisées en Flash ou Javascript (Ajax, etc). Ces fonctionnalités concernant la recherche, l'écoute d'extraits musicaux, le téléchargement, la catégorisation et la comparaison de titres ou d'artistes, les recommandations, les listes ou statistiques d'écoute. Le contexte est celui du web 2.0 (tags, flux RSS, mutualisation, contributions d'utilisateurs, pratiques communautaires, réseaux sociaux) tel que décrit par Tim O'Reilly dans l'article «L'architecture de participation» joint en annexe.

Chaque étudiant livre une page d'accueil exploitant la charte graphique, ainsi qu'un zoom sur 3 fonctionnalités spécifiques.

04. Présentation.

Présentation des propositions aux responsables de la communication de La Médiathèque.

outils de communication existants :
le site mediavores.be
le magazine la Selec

les médiavores

<http://lesmediavores.be/>

Un espace de rencontres consacré aux « Médiavores ».

Une extension au site www.lamediatheque.be a été lancée en juin 2008 sous forme d'un forum ouvert aux membres de La Médiathèque : www.lesmediavores.be.

Les médiavores (tous membres de La Médiathèque) pourront :

- retrouver l'historique des médias empruntés
- donner une cote (de 1 à 4 étoiles) à un média, un artiste, un label ou un morceau
- émettre un commentaire sur ces mêmes éléments
- créer des listes de médias et les classer par catégories
- voyager de média en média
- discuter dans les différentes rubriques du forum avec les autres membres
- écrire à des membres
- consulter les avis des membres sur les médias qu'ils ont empruntés
- recevoir des suggestions de médias en fonction de médias qu'ils ont empruntés.

Il s'agit, avec www.lesmediavores.be, d'un apport majeur aux développements internet de La Médiathèque, la caractéristique de cet espace de rencontres musicales et cinématographiques étant d'établir un pont entre le web et le prêt, donc entre le virtuel et le physique.

*Extrait du Rapport Annuel du Conseil d'Administration 2007-2008
de La Médiathèque, page 19.*

Télécharger le rapport :

http://www.lamediatheque.be/inf/documents/rapport_activite_2007_2008.pdf



Bienvenue les médiavores !

Ce site est le point de rencontre des **membres de la médiathèque**.

Vous êtes invités à **donner votre avis** sur les média que vous appréciez et nous en tiendrons compte pour vous aider à **goûter à de nouvelles choses**.

Connectez-vous!

Aux nouvelles...

06/05/2009

La Sélec 6 en construction

Vous avez des idées de disques, films, jeux ou de thématiques, fils rouges, focus qui pourraient être abordés dans La Sélec 6 (août 2009) ? On vous attend !

Derniers média étoilés



HEAVY DEAVY SKU
WARLOCKS (THE)

★★★★★



BLOWS YOUR
MIND
BABY WOODROSE

★★★★★



SCOOP
Woody ALLEN

★★★★★



RABID GRANNIES
Emmanuel KERVYN

★★★★★



QUAND LA MER MO
Yolande MOREAU

★★★★★



PULP FICTION
Quentin TARANTI

★★★★★



PÔLE EXPRESS (L)
Robert ZEMECKIS

★★★★★



REQUIEM FOR A D
Clint MANSELL

★★★★★



BROKEN BOY
SOLD
RACONTEURS (THE)

★★★★★



LED ZEPPELIN II
LED ZEPPELIN

★★★★★



AND THEN THERE
GENESIS

★★★★★



STATUES
MOLOKO

★★★★★

La Médiathèque

la Selec

<http://www.lamediatheque.be/mag/selec/>

« [...] Un moteur important de ce nouvel esprit de médiation est « La Selec », une nouvelle manière de conseiller et de faire découvrir. Tous les deux mois, trente ou quarante titres (musiques, cinéma, jeux) sont sélectionnés par les conseillers et les rédacteurs en concertation avec l'ensemble du personnel du réseau. Il ne s'agit pas d'une nouvelle collection de coups de coeur, mais d'une formule réellement nouvelle pour s'informer sur l'actualité culturelle, défricher les nouvelles tendances.

La Selec est conçue comme un « produit d'appel » valorisant toutes les facettes du « savoir-faire médiathèque » : un potentiel permettant de dénicher les films et les musiques de qualité peu médiatisés, une capacité à décrypter l'univers de la nouveauté et à la mettre en perspective avec la richesse du patrimoine existant, connectant ainsi l'actualité immédiate dans sa fugacité événementielle, à la mémoire plus profonde d'un patrimoine qui lui donne sens.

La Selec est en outre conçue comme un outil pour pratiquer au quotidien, individuellement, en groupe et en milieu scolaire des exercices d'ouverture à la diversité culturelle dans ce qu'elle a de plus enrichissant.

Au final, La Selec, se présente sous la forme d'un nouveau journal diffusé en interne et en externe, doté d'une conception originale associant les aspects ludiques aux dimensions pédagogiques. Le ton et l'aspect sont de nature à encourager la curiosité et la transversalité.

Cette transversalité est symbolisée par un poster réalisé chaque fois par un artiste différent de la Communauté française et doit donner envie de l'accrocher chez soi (comme une liste de « courses à faire » - en l'occurrence de CD et de DVD à visionner), dans des lieux publics, musées, salles de concert... La Selec est bien entendu appelée à se décliner aussi sur le web, avec des compléments rédactionnels, des dossiers, des podcasts.»

*Extrait du Rapport Annuel du Conseil d'Administration 2007-2008
de La Médiathèque, page 11.*

Télécharger le rapport :

http://www.lamediatheque.be/inf/documents/rapport_activite_2007_2008.pdf



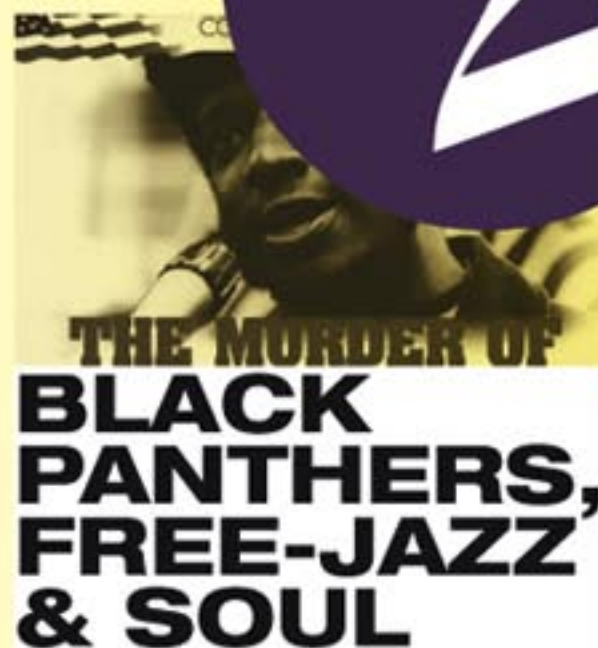
LA SÉLEC

N°2 -
15 décembre 2009
www.lamediathèque.be
la médiathèque
11 rue du Commerce 1050 Bruxelles
produite mensuelle 15 euros 2009

BALISER DES TERRITOIRES

Tous les deux mois, au sein des centaines de nouveautés rentrant dans ses collections, La Médiathèque en sélectionne une quarantaine. Quatre dizaines de disques, de films ou de jeux, sortis ou ressortis plus ou moins récemment qui valent d'abord par eux-mêmes : par l'aura de leur imaginaires ou leur force documentaire, par tout ce que leurs géniteurs ont à nous dire sur le monde et, surtout, par leurs manières d'articuler sons et images pour essayer de nous le raconter... Mais aussi, très vite, des expressions qui prennent encore plus de sens, de relief et d'épaisseur parce que, toutes singulières qu'elles soient, elles ne sont ni seules ni isolées. Des rondelles de plastic et de métal argenté qui, une fois accompagnées des histoires qui les font tourner, se transforment en sésames magiques pour faire sauter les verrous mentaux qui bloquaient l'accès à quelques cavernes trop secrètes ou oubliées du patrimoine conservé par La Médiathèque. Un choix qui n'est jamais le seul possible, qui reste – heureusement – discutable mais que nous essayons de faire selon un bon dosage d'exaltation et de réflexion. Une liste qui ne peut se borner à être le simple bout à bout des vagues innuitions qui nous traversent l'esprit mais qui ne doivent pas non plus se sécher dans la peur de ne pas arriver à produire, en bout de course, le recueil d'articles définitif et insurpassable sur un sujet donné. Ni SMS ou liste de courses; ni thèse de doctorat. En aucun cas, nous n'avons la prétention de tout vous dire sur l'Amérique black en deux documentaires et cinq disques ou sur la lenteur en un film et une poignée de CD. Ça serait pour le moins un peu... rapide. Mais, comme dans la cartographie d'avant l'utilisation systématique des satellites les géodésiens « triangulaient » le territoire, de clocher d'église en clocher d'église, d'un maillage de triangles de plus en plus dense et précis, nous vous proposons de baliser sous les deux mois quelques territoires mentaux d'un ou deux premiers grands triangles fondamentaux. Sur le site www.lamediathèque.be, de rebonds en ployés et autres conseils de lectures, nous densifions déjà la trame mais, surtout, nous faisons le pari de votre intelligence, de votre curiosité et débrouillardise, pour continuer par vous-mêmes, l'exploration et la cartographie de votre propre construction mentale du monde.

Philippe Delvosalle



Mitonné bien avant l'élection de Barack Obama ce regroupement de documentaires et de disques rembobine l'histoire de quarante ans... À Chicago, un militant des Black Panthers se fait abattre; dans la même ville, le trompettiste free Leo Smith rejoint très vite l'AACM - coopérative de musiciens noirs d'avant-garde - tandis qu'un peu plus loin un autre souffleur, Roland Kirk, reprend la chatoyante soul artisanale de Bill Withers... À Detroit en 1989, avec Underground Resistance, le combat musical pour la dignité de la communauté black atteint les sphères techno...

LA SÉLEC

N°3 -
15 juin 2009
www.lamediathèque.be
la médiathèque
11 rue du Commerce 1050 Bruxelles
produite mensuelle 15 euros 2009

DU FESTIF ? DE L'EXPLOSIF, OUI !

La mascotte de La Sélec, pour les distraits, est apparue dans le N°4 grâce à l'imagination d'Harrison. C'est un acquis, elle ne nous quittera plus. Elle est trop radieuse : association frondeuse du Corbeau et du Renard contrariant une longue tradition qui veut que les contraires s'opposent fatalement ! Dans ses veines coule le sang de l'esprit « open source » et elle n'hésite pas à afficher des badges peu consensuels, du genre : « copier c'est apprendre ». Apprendre, c'est l'essentiel, copier n'est pas une fin en soi. Elle voit loin la mascotte. Et elle va raffoler du N°5. Avec un retour en fanfare des « one man bands ». Cette drôle de pratique qui consiste à manier plusieurs instruments simultanément révèle à quel point « faire de la musique » reste un défi incommensurable, une aventure équilibriste de toutes nos facultés. La Sélec célèbre quelques-uns de ces solitaires atypiques, géniaux bricoleurs et explorateurs sensori-moteurs du désir musical premier. Mais ce n'est pas tout : si l'on fête 100 ans de jazz, notamment par une grande exposition Quai Branly (Arts Premiers), il est bon de rappeler que cette musique ne se laisse pas ranger au musée. La preuve en deux temps trois mouvements : 1) réédition d'un CD de Revolutionary Ensemble dont l'audace est loin d'être refroidie. 2) sortie de deux duos brillants du percussionniste époustouflant Paal Nilsen-Love, avec un trompettiste et un organiste d'église ! 3) explosion continuée de free-jazz-rock avec l'ensemble Zu que nous rapprochons du dernier K-Branding... Il y a aussi la redécouverte en CD et DVD de l'aventure hors normes des Taj Mahal Travelers aux frontières hallucinantes de l'improvisation, des ancestralités, de Dada... Ce n'est pas tout, mais elle

DU ROCK, DU JAZZ POUR L'INSURRECTION QUI VIENT

Des houles puissantes, tribales et chaotiques, secouent l'absence de perspective sociale

ZU : « Carboniferus » (Ipecac, 2008)

XZ792Z

K-BRANDING : « Facial » (Moonzoo, 2009)

3X01041

K-Branding est vraiment la bonne nouvelle du rock belge. Avec la filiation vers ZU, que nous soulignons, c'est un mouvement à embrasser. Celui d'éponges musicales libres qui recrachent les tensions qui pèsent actuellement sur la société civile et dont on peut lire les préoccupations dans les écrits du « comité invisible » (La Fabrique) ou le numéro 20 de la revue « Lignes » : « De la violence en politique ». Bande-son pour situation mondiale délétère !

Avec Zu, les colleurs d'étiquettes et thuriféraires des classements systématiques sont à la peine. Les ostracismes interclasses se prennent des tatanes à hauteur du raffut piqué au génie de ce triangle basse/batterie/sax (baryton) en danseuse (y compris à La Médiathèque) sur la ligne de fracture(s) théorique entre rock d'assaut, jazz free et musique improvisée. Par commodité descriptive, on usera de la métaphore d'une triangulaire jazz dopée à l'urgence ventre à terre d'un rock insoumis et sursaturé ou d'en-

annexes.

L'architecture de participation.

Extrait de l'article «Qu'est ce que le web 2.0 », traduction française avec l'autorisation des éditions O'Reilly de l'article original «What is Web 2.0» de Tim O'Reilly.

Source de la traduction : <http://www.eutech-ssii.com/ressources/3>

Article original : <http://oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>

Dernière consultation de l'URL : 01.09.09

Certains systèmes sont conçus pour favoriser la participation des utilisateurs. Dans son article, *The Cornucopia of the Commons* («la corne d'abondance des foules»), Dan Bricklin met en évidence trois manières d'élaborer une base de données importante. La première, mise en oeuvre par Yahoo!, est de payer des gens pour faire le travail. La deuxième, inspirée par la communauté Open Source, est de confier cette tâche à des volontaires. Le projet *Open Directory*, un concurrent Open Source de Yahoo, en est un exemple. Toutefois, Napster a mis en place une troisième méthode. Comme Napster met automatiquement chaque musique téléchargée sur un serveur, chaque utilisateur contribue à construire cette base de données partagée. La même démarche a été suivie par tous les autres services de partage de fichiers «P2P» (de particulier à particulier).

Un des points importants de l'ère web 2.0 est le fait que les actions des utilisateurs ajoutent de la valeur. Cependant, seul un petit pourcentage d'utilisateurs se donnera la peine d'ajouter intentionnellement de la valeur à votre application. En conséquence, les sociétés Web 2.0 accumulent les données utilisateurs afin de créer de la valeur ajoutée, en complément à l'utilisation normale de l'application. Comme spécifié plus haut, ils construisent des systèmes qui s'améliorent au fur et à mesure que les gens l'utilisent.

Mitch Kapor a dit un jour : «l'architecture, c'est de la politique». La participation est intrinsèque à Napster, et forme une part fondamentale de son architecture.

Cette vision architecturale est peut être aussi la cause du succès du logiciel Open Source, plus que, comme on l'entend souvent, le volontariat. L'architecture d'internet, et du World Wide Web, est telle que les utilisateurs «égoïstes» poursuivant leurs propres intérêts créent automatiquement de la valeur de façon implicite. Chacun de ces projets a un petit noyau, des mécanismes d'extension bien définis, et un accès qui permet à tout utilisateur d'ajouter des composants, construisant ainsi les couches supérieures de ce que Larry Wall, le créateur de Perl, appelle «l'oignon». En d'autres termes, ces technologies produisent des effets de réseau, simplement par la manière dont elles ont été façonnées.

Les projets Open Source peuvent donc donner l'impression de posséder naturellement cette architecture de participation. Pourtant, comme le montre Amazon, avec des efforts conséquents (tout autant que des motivations économiques comme le «programme Partenaires»), il est possible d'appliquer une telle architecture sur un système qui, à première vue, n'aurait pas pu en bénéficier.

Ma musique quand je veux.

Source : Courrier International n°972 du 18 au 24 juin 2009, page 56. Extrait de The Gardian (Londres).

La multiplication des services de streaming sur le Net pourrait bien sonner le glas du piratage musical.

Le téléchargement est-il mort ? Apple répond par la négative et estime que l'on continuera à acheter de la musique pour la «posséder». Aujourd'hui, pourtant, personne n'est véritablement attaché au téléchargement. La compression sonore fait grincer des dents, et rares sont les amateurs de musique qui vous diront préférer naviguer dans le menu d'un iPod plutôt que musarder dans un bac de vinyles. Jusqu'ici, le succès de l'iPod lui-même n'a pas fait grand-chose pour stimuler le téléchargement payant : 83 % des détenteurs d'iPod en Europe assurent ne pas acheter régulièrement de musique numérique, préférant transférer leurs CD sur leur lecteur - ou télécharger illégalement. En revanche, 24 % des internautes britanniques écoutent de la musique en streaming [diffusion en mode continu], par exemple les morceaux mis en ligne sur MySpace, la radio proposée par le iPlayer de la BBC, ou, de plus en plus, des playlists personnalisées réalisées sur des sites comme Last.fm. Ces services de streaming ont l'avantage d'offrir un accès immédiat à la musique, sans téléchargement ni achat. «Nous assistons incontestablement à une évolution qui privilégie l'accès à la musique au détriment de sa possession», note Christian Ward, de Last.fm, un site Internet de streaming et de recommandation musicale qui compte quelque 25 millions d'utilisateurs. «Vous pouvez avoir accès à des millions de morceaux de façon nomade sur votre iPhone, alors qu'un iPod ne permet de stocker qu'un nombre limité de fichiers.»

La vogue des réseaux sociaux joue un rôle clé dans l'essor des sites de streaming : imeem est un réseau social autour de la musique et Pandora [disponible uniquement aux Etats-Unis] génère des playlists en fonction de critères musicaux définis par des musiciens. Spotify, autre nouveau venu, permet à ses utilisateurs de créer des playlists collaboratives et propose une offre musicale colossale. Reste que tout cela a un coût. Napster lance une nouvelle version en ligne qui propose un streaming illimité de son catalogue sur n'importe quel ordinateur. Cette offre repose sur un abonnement à 9,95 livres [11,70 euros] par mois.

De leur côté, Last.fm, imeem, Pandora et d'autres ont choisi le financement par la publicité et donc la gratuité pour l'utilisateur final. Pour Mark Mulligan, spécialiste du secteur musical et vice-président de Forrester Research, l'avenir appartiendra à ce genre de services. «Quand un site payant passe à la gratuité, sa fréquentation s'envole immédiatement», affirme-t-il. Et puis, quand l'accès est gratuit, plus besoin de pirater. «Si les fans de musique adoptent massivement le streaming plutôt que le téléchargement, ce sera un coup terrible pour les pirates, assure Christian Ward, de Last.fm. S'ils trouvent toute la musique qu'ils veulent, gratuitement, à partir de sites sûrs et légaux, tout porte à croire qu'ils seront moins tentés de télécharger sur des sites de peer-to-peer. Et, avec notre modèle financé par la pub, artistes et ayants droit sont rémunérés pour ces écoutes.» Et la qualité dans tout ça ? Les limites de la bande passante sont telles qu'aucun site actuel ne peut offrir un son de qualité équivalente à celle d'un CD, mais Christian Ward n'y voit pas un problème. «Il y a aujourd'hui toute une génération d'amateurs de musique qui a grandi avec le standard d'iTunes à 128 kbit/s, soit le même débit que notre streaming sur Last.fm. [...] L'exigence de qualité audio va augmenter, mais la demande d'un accès instantané et nomade à un catalogue musical exhaustif est beaucoup plus grande. Seuls les plus audiophiles continueront à télécharger, tandis que le reste des gens passera au streaming, avec un débit et une qualité qui les satisferont.» Cependant, pour des raisons technologiques, l'heure n'est pas encore à l'hégémonie du streaming. «Les réseaux Wi-Fi et mobiles ne sont pas assez performants, constate Mark Mulligan. La couverture dépend des immeubles alentour et de la distance qui sépare l'utilisateur de l'antenne relais. Le streaming, ça reste surtout bien à la maison.»

Paul Brown.

L'univers des supports audiovisuels évolue, La Médiathèque aussi.

URL : http://www.dialogic-agency.com/fr/dialogic/presse_d.php?fr=pr&cat=communiquer&id=91

Date de publication : 07.06.08

Dernière consultation de l'URL : 03.07.09

Les modes d'accès à la musique et à l'audiovisuel se modifient radicalement et, tout comme les ventes de CD en magasin, les prêts de la médiathèque sont en diminution. Pour rester fidèle à son idéal de départ – rendre la culture accessible à tous – la Médiathèque s'adapte de manière ouverte et dynamique aux changements de la société. Comment ? En innovant, au réel comme au virtuel.

lesmediavores.be : un nouveau site interactif réservé aux membres

Rendez-vous avec la vaste communauté des membres de la médiathèque sur un nouveau site web : www.lesmediavores.be. Les « Médiavores », ce sont toutes les personnes qui empruntent des médias à la médiathèque, dans quelque domaine que ce soit. Sur www.lesmediavores.be, ils peuvent discuter au sein du forum, consulter l'historique de leurs emprunts, donner leur avis sur les médias empruntés, bénéficier de conseils prodigués par les médiathécaires (les spécialistes de la Médiathèque), découvrir de nouveaux médias, etc. Cette plate-forme interactive est en phase d'essai depuis février dernier et attire déjà nombre de blogueurs médiavores d'horizons musicaux et culturels les plus divers, qui y échangent idées, tuyaux, coups de cœur, connaissances, références...

Les centres de prêt : tous maintenus et réaménagés

Le conseil, l'initiation et l'éducation bénéficieront d'une priorité croissante dans les centres de prêt. Les espaces seront réaménagés pour plus de convivialité et d'espace d'accueil. Par ailleurs, des services nouveaux sont déjà opérationnels (réparation de CD/DVD, vente de tickets pour des spectacles, retour des emprunts à toute heure, nouveaux tarifs...).

D'autres nouveautés seront lancées en octobre 2008 : La 'Selec' (une sélection de CD, DVD, jeux... triés sur le volet), un site internet entièrement remodelé, des offres spéciales, ou encore des rencontres telles que les 'Rendez-Vous Médiathèque'.

Elargissement de l'audience sur internet

Parallèlement à la nouvelle offre internet réservée aux Médiavores membres de La Médiathèque, le site www.lamediatheque.be très complet et accessible à tous, poursuit son adaptation afin de répondre aux nouvelles ambitions de l'asbl. A partir d'octobre 2008, il s'adressera à une audience élargie et offrira de vastes possibilités de téléchargement. Entre autres innovations, les pages principales seront traduites en trois langues (néerlandais, allemand et anglais), des programmes ARTE pourront être visionnés, les jeunes talents y bénéficieront d'un tremplin, etc.

En raison de la grande valeur ajoutée en termes d'expertise, de sélection, d'aide au choix et de conseils donnés par des spécialistes – ce qui distinguera le site de la Médiathèque d'autres sites très populaires de téléchargement - www.lamediatheque.be, permettra à La Médiathèque d'assurer un large rayonnement en tant que centre de compétences.

La refondation de La Médiathèque : une vision médiatrice de l'avenir en toute cohérence avec le passé.

Source : extrait du rapport annuel du Conseil d'Administration 2007-2008 de La Médiathèque, page 8.
Télécharger le rapport : http://www.lamediatheque.be/inf/documents/rapport_activite_2007_2008.pdf
Voir aussi : <http://www.lamediatheque.be/inf/refondation.php>
Dernière consultation de l'URL : 03.07.09

L'analyse dont faisait état le rapport annuel 2006-2007 de l'Association conserve toute sa pertinence : le téléchargement (légal et illégal) n'est pas la seule cause d'un changement d'attitude du public en regard des services offerts par des opérateurs culturels tels que La Médiathèque.

À la diminution d'intérêt du public pour les supports physiques en matière de musique (et peu à peu en matière de cinéma) s'est ajouté un autre phénomène : l'utilisation du net en tant que moyen de communication (e-mail, chat, blogs, forums...). « Chatter », faire vivre son blog, échanger des avis ou des informations, correspondre par mail, visiter des sites Internet pour faire des recherches, se documenter ou encore jouer : autant d'activités qui, dans les loisirs, ont pris une place importante et même prédominante dans beaucoup de cas.

Or, les temps de loisirs ne sont pas extensibles à l'infini, ni l'argent qu'on leur consacre, et force est de constater que l'engouement pour les ressources de l'Internet prive les opérateurs culturels, tels que les médiathèques ou les bibliothèques, d'une partie de leur public.

Dans un tel contexte, l'information, le conseil, la suggestion, l'initiation – autrement dit : la médiation – ont plus que jamais leur importance en termes d'éducation permanente au profit de publics confrontés à une diversité surabondante et parfois complexe.

Et c'est bien dans le cadre de l'éducation permanente que furent fixées, par Arrêté Royal, les missions de La Médiathèque à ses débuts. C'est également dans la continuité de cet objectif que s'inscrivent les activités de l'Association telles que convenues à travers le contrat programme conclu avec la Communauté française en janvier 2008 pour une période de cinq ans.

Le projet, qui fut celui des fondateurs de La Médiathèque au début des années 50 dans un but de propagation de la musique classique auprès du plus grand nombre, demeure plus que jamais pertinent aujourd'hui où la diversité culturelle a pris un tel essor qu'une démarche d'accompagnement s'avère de plus en plus nécessaire. Par démarche d'accompagnement, il faut entendre toute action visant à encourager le plein accès à la diversité culturelle.

Car cette diversité nécessite un accompagnement pour orienter, proposer, conseiller, commenter la compréhension de certaines expressions artistiques exigeant quant à elles un accompagnement pour introduire, initier, expliquer, voire parfois, décrypter.

Ouvrir à la diversité culturelle dans toute son ampleur, c'est proposer une alternative tant à la massification qu'aux effets élitistes des marchés de niche.

Mesurées à l'aune des enjeux de la diversité culturelle tels qu'évoqués ci-avant, on comprend l'importance d'associations telles que La Médiathèque – à l'instar du travail effectué par la Lecture publique dans le domaine de l'écrit – pour faire en sorte que la diversité culturelle soit une richesse accessible à tous, quels qu'en soient les vecteurs : matériels ou immatériels.

L'interaction avec les publics revêt dans ce contexte un caractère fondamental par rapport auquel les espaces physiques, aussi bien que les espaces Internet, sont appelés à se renforcer les uns les autres en favorisant une richesse essentielle : la « rencontre culturelle ».

Au coeur du changement, la refondation.

Source : extrait du rapport annuel du Conseil d'Administration 2007-2008 de La Médiathèque, page 10.
Télécharger le rapport : http://www.lamediatheque.be/inf/documents/rapport_activite_2007_2008.pdf
Voir aussi : <http://www.lamediatheque.be/inf/refondation.php>
Dernière consultation de l'URL : 03.07.09

[...] Le système de prospection et d'acquisition de La Médiathèque a été, historiquement, pensé et perfectionné pour pallier une difficulté d'accessibilité à la diversité culturelle.

La Médiathèque a mis en route une formidable machine pour engranger des quantités importantes de titres en valorisant les expressions significatives au sein de tous les courants, de toutes les tendances (sans jamais prétendre à l'exhaustivité). Les axes de la refondation ont dégagé qu'il fallait se préparer à offrir moins mais de manière mieux ciblée et plus accompagnée.

Dans un contexte nouveau de saturation, il convient de présenter des choix qui aient du sens, qui soient structurés et qui bénéficient d'une forte valeur ajoutée. Ce qui équivaut, somme toute, à recentrer « l'offre Médiathèque » sur des services d'expertise et de conseil à décliner sous diverses formes.

Au niveau des pratiques quotidiennes, cette réorientation nécessite une importante remise en cause des manières de travailler, des schémas organisationnels et de la culture d'entreprise.

Les réunions avec les membres du personnel du Service des collections de La Médiathèque ont toutes été orientées vers cet objectif : acheter moins, mieux sélectionner, constituer des collections ramassées mais parlantes, développer les outils de conseils aux collègues du réseau et vers les différents publics.

Il fallait déterminer des procédures de concrétisation de ces priorités. Ainsi, la décision a-t-elle été prise de poser un geste de médiation pour chaque média entré en collection (hormis des titres considérés comme évidents) : rédiger une note de présentation et d'identification du contenu, scanner la pochette et prélever des extraits sonores pour enrichir la fiche de signalisation dans la base de données.

Copier, c'est apprendre.

Source : La lettre des Usagers Pédagogiques de la Médiathèque, Numéro 33 - mai - juin 2009.

URL : http://www.lamediatheque.be/lettres/up/2009_05.php

Dernière consultation de l'URL : 06.07.09

Aujourd'hui, la surmédiatisation des problèmes de droits d'auteur liés aux pratiques de copie sur Internet conduit à mettre dans le même sac «pirate» et «copieur» et à amalgamer des pratiques très différentes et dont les objectifs ne se ressemblent pas. Tout ce qui ressemble à l'acte de «copier» tend à être criminalisé. Indistinctement. Alors que nous sommes depuis belle lurette dans une société de la répétition, de la redite, de l'imitation, bref de la copie! Sans vouloir le moins du monde diminuer l'importance des droits d'auteur et de la rémunération des artistes, il faudrait peut-être prendre de la hauteur, voir les choses de plus loin et aborder les problèmes avec une réelle philosophie éducative, au sens large, plutôt que d'agir avant tout selon des visées commerciales. Une autre approche, changeant les points de vue et contournant les crispations, en se basant sur des avantages collectifs à long terme, permettrait d'aller vers des solutions créatives, originales, adaptées aux évolutions de la société. Car enfin, l'acte de copier ne se résume pas à une malveillance, mais implique aussi la volonté d'apprendre, de retenir, d'acquérir des connaissances.

En tant que professeur vous faites la différence entre un étudiant qui copie ce qui s'inscrit au tableau, recopie une information dans un livre, note en synthèse les propos d'un orateur et celui qui copie sur la feuille lors d'un examen! Reprenons l'histoire de l'humanité: où en serions-nous si jamais personne n'avait copié, transcrit des manuscrits pour les étudier, les analyser, les commenter et les transmettre? Nulle part. Copier pour partager, dans une société, est au moins aussi fondamental que les droits d'auteur. Il faut traiter les deux questions, simultanément, et harmonieusement pour que la culture soit gagnante. C'est un peu pour rappeler cet esprit de curiosité avide d'apprendre et de partage que notre magazine s'est dotée d'une mascotte portant au revers de sa veste un badge «copier, c'est apprendre». Provocant !? Peut-être, mais dans le sens constructif...

.

Pierre Hemptinne,

Directeur des collections de La Médiathèque.

La copie.

Source : <http://comment7.wordpress.com/2009/05/23/copier-c%E2%80%99est-apprendre-une-mascotte-pour-la-selec/>
Dernière consultation de l'URL : 06.07.09

Je me pencherai cette fois sur l'importance de la copie dans un processus d'acquisition de connaissances culturelles. Puisque la modification des procédés de copie et de transmission de copies est pointée comme une des causes qui rendrait obsolète les missions du prêt public de médias physiques. Le débat est très ancien, ce sont les contextes qui ont évolué, mais il y a toujours eu des intérêts opposés au fait que la Médiathèque puisse encourager la copie. Il a toujours été opposé à cette vision que la copie privée à usage personnel était tout à fait légitime. Argument non sans fragilité : l'usage personnel a des frontières parfois floues. Néanmoins, il m'a toujours semblé qu'il y avait là quelque chose d'indispensable à défendre.

Les techniques de copie, de multiplication des documents, sont des technologies de mémoire. Quand je copie, que je stocke sur un support technique une musique, un film, c'est pour en soutenir ma mémoire, en soutenir les traces que j'en conserve mentalement par la possibilité de recourir facilement à une réécoute (etc.), c'est pour y revenir dans un but de mieux connaître ce contenu, de mieux connaître en quoi il m'intéresse (= se cultiver). En tenant compte que l'ampleur de ces documents est tellement étendue qu'il est impossible de tout acheter en « version originale » (mais c'est d'emblée un marché de la copie) et que, de plus, le marché ne rend pas tout disponible.

L'exercice de la copie privée, dans un but de mieux connaître les musiques, est indispensable parce qu'elle empêche que les technologies de la mémorisation soient totalement liées aux lois du marché. Cela permet que les supports techniques de mémoire de plus en plus sophistiqués puissent encourager des pratiques de connaissances personnelles et individualisantes, selon une logique non-marchande où la copie « privée » devrait être rentabilisée à l'égal des autres copies « légales », ce que sont les microsillons et les CD et les DVD sur un marché de la copie, mais comme une copie moins chère, de seconde classe.

Pierre Hemptinne,
Directeur des collections de La Médiathèque.

<http://www.lamediatheque.be/>

<http://www.lamediatheque.be/inf/charte.php>

<http://www.lamediatheque.be/inf/plan.php>