

→ prix multimédia jeunesse des Adélouzes

Le 21 mars 2003, dans le cadre de la Fête de l'internet et de la deuxième édition du Prix multimédia jeunesse « Les Adélouzes », s'est tenue à la Cité des Sciences une journée de rencontre professionnelle sur les pratiques et l'état du cédérom pour la jeunesse. Tables rondes et interventions associaient éditeurs, médiateurs, auteurs et experts, devant un public assez fourni. La journée s'est conclue par la remise des Prix, annoncés dans notre numéro 210 (p.135). Voir aussi le site www.tutytam.org/adelouzes/

Les interventions se répartissaient en trois parties : d'abord, pratiques et usages, à travers les points de vue d'un ECM, d'une bibliothèque et de l'éducation nationale et le témoignage d'une créatrice emblématique, Murielle Lefèvre (*Dada Media : Le Théâtre de Minuit, Alphabet, Domicile d'Ange Heureux, Le Livre de Lulu, Minuit fantôme...*). Puis des analyses de deux médecins, dont la médiatique Edwige Antier. Enfin une confrontation des éditeurs multimédia sur les tendances et l'avenir du marché.

Pauline Asselin est animatrice du Pôle multimédia de Boulogne-Billancourt (Espace Landowski, www.mairie-boulogne-billancourt.fr/pole_multimedia/), un établissement indépendant de la médiathèque, entièrement consacré au multimédia. 16 postes, des scanners, caméras, appareils photos, des logiciels de traitement d'image, de construction de site, et le haut-débit, ainsi que des fonds de cédéroms... Outre des accès libres à internet ou à des logiciels et jeux, le pôle propose des ateliers d'initiation et de création, parfois réservés aux enfants et adolescents. L'accès est payant (1,6 € l'heure).

Pour impliquer les enfants, on personnalise les postes, en leur créant leurs propres profils : à chaque séance, l'enfant retrouve ses favoris, raccourcis, l'environnement qu'il s'est construit. L'important est de désacraliser l'outil et de briser la distance avec l'utilisateur.

Globalement, on observe que les jeunes sont intéressés par les ateliers jusque vers 15-16 ans environ, mais qu'après ils préfèrent découvrir ou travailler tout seuls. Les activités tournent autour du travail sur l'image, de la création de site, la photo et vidéo numérique, le travail avec des artistes...

En dehors de ces ateliers, on pointe un certain manque de curiosité des jeunes, surtout concentrés sur les « Chat » et quelques sites ou logiciels récurrents. Même si on peut relever une progression d'une utilisation documentaire du multimédia, notamment par le biais de moteurs de recherches spécialisés, pour aller au-delà

de ces usages « basiques », il faut pouvoir offrir des leviers, encourager une appropriation de l'outil, par des travaux collectifs notamment. La réalisation de cédéroms, de courts-métrages ou montages multimédias permet aux enfants de se prendre en charge, s'organiser en se répartissant les tâches dans le groupe, en de véritables mini-studios de création. La production d'un résultat (cédérom, site, impression...) valorise énormément ce travail, et permet de le centrer sur le contenu souhaité, non sur l'apprentissage théorique d'outils logiciels. Ces compétences s'acquièrent d'autant mieux qu'elles sont incluses dans l'activité et non son seul objet. Par ailleurs, les parents jugent plus favorablement l'activité en constatant son résultat.

Par cette démarche participative et ambitieuse, très ouverte et aux multiples possibilités, on permet aux enfants de se retrouver et de collaborer, et on fait de l'espace public un lieu de découvertes et de rencontres, et non un simple prestataire de service.

Georgia Leguem, bibliothécaire à la médiathèque des enfants de la Cité des sciences, animatrice des « Enfants du Net » et du site Takalir (<http://enfants-du-net.org/>), témoignait d'une expérience de confrontation plus traditionnelle, entre le monde du livre et celui du multimédia. Elle rappelait les axes qui partagent la profession : la rivalité des supports anciens et modernes (livre/multimédia) particulièrement perceptible dans le documentaire ; la manière d'offrir sa place à ce nouveau média et à un nouveau public, tout en respectant les soucis généraux : l'accès et l'attention à tous les enfants, la sélection d'œuvres de qualité, et l'ouverture sur des titres rares ou mal diffusés. Elle pointait ainsi la difficulté de tenir un équilibre entre les supports, dans les collections comme dans les pratiques des enfants, et de faire la part des qualités et défauts propres de chacun.

Georgia Leguem proposait ensuite quelques observations des pratiques des enfants dans sa médiathèque : les enfants de tous âges sont d'assidus usagers, mais avec des pratiques et des buts différenciés. Les plus jeunes se concentrent sur les titres d'éveil, notamment sur ceux mettant en scène des personnages connus (« licences »), et donc rassurants. Ils exercent leurs compétences et privilégient le plaisir, sans avoir peur de démarches intuitives : ils font montre d'une grande curiosité autant que de liberté dans le parcours. Pour eux, la scénarisation de la démarche est importante : ils aiment devenir leur propre héros, vivre leurs aventures. Et cela même sur des titres (para)scolaires.

prix multimédia jeunesse des Adélouzes

Dans ce lieu de loisir qu'est la médiathèque, ils alternent sans complexe distraction et utilitarisme. Quel que soit le titre, ils attachent une grande importance à la qualité graphique, aux effets spéciaux, à la structure des hyperliens. Face à des documentaires ou encyclopédies, l'utilisation est aussi intense mais plus courte et ciblée. La pratique devient alors plus opérante, moins aléatoire. Un autre point mis en avant par les enfants est le rôle des simulations : pouvoir contrôler, faire varier des paramètres ; interagir réellement, faire du cédérom un laboratoire.

Le danger, et le problème global, reste la lisibilité générale de la structure multimédia des œuvres : la structure des hyperliens empêche de bien prévoir son temps de parcours, sa construction, par les potentialités qui se révèlent et qui peuvent distraire du but. À trop vagabonder, l'enfant peut se perdre dans un surf entre les multiples informations. Il est alors plus difficile que dans un livre de « monter les briques du savoir ». Cependant, cette génération affronte et gère naturellement ce qui nous pose problème, à nous médiateurs et parents des « générations du livre » : eux sont dans une culture mêlée et complémentaire, qui favorise par ailleurs beaucoup la socialisation par ses techniques d'échange. C'est plus pour les parents souvent ignorants de ces univers que l'on pourrait s'inquiéter.

Murielle Lefèvre, graphiste et développeuse, fondatrice de Dada Media (1995), récompensée par 2 Mœbius, 3 prix à Bologne, un Milia d'or et beaucoup d'autres prix, raconta ensuite son expérience et les axes de son travail : privilégier l'approche graphique et la lecture de l'image, « écrire l'émotion », utiliser une musique générative, donc plus que comme un simple accompagnement. L'importance du travail sur l'interface est une préoccupation constante avec les enfants, il faut surtout éviter de reproduire l'ordinateur standard. Face à la crise de la création, qui n'est pas une crise de la technique, elle insiste sur le besoin d'écouter les utilisateurs, toujours plus en demande de contenu : la technique comme outil, non comme finalité. Pour approfondir son travail, elle a donc accepté de travailler avec des écoliers, dans le cadre d'un projet multimédia mené par Robert Caron, animateur du Centre-Lecture de Nanterre. Les enfants ont analysé *Le Théâtre de Minuit* et son fonctionnement, et il en a été tiré un cédérom, *À la recherche du bisou*. Un travail a également été mené sur *Domicile d'Ange Heureux*, consacré aux accidents domestiques, montrant les possibilités de l'écriture numérique et l'investissement collaboratif qu'elle suscite dans le cadre de la classe.

Les interventions suivantes offraient un regard médical sur le multimédia, et d'abord celui d'un psychologue clinicien, Michaël Stora. Celui-ci prenait pour toile de fond de son analyse la culpabilité du plaisir à l'image, remarquant que les enfants pensent de plus en plus en terme d'image, développant un « QI non-verbal » : sans être une mort de l'écrit et des mots, c'est un changement de valeur. De ce point de vue, les logiciels ludo-éducatifs/créatifs aident à s'approprier le savoir, permettent de jouer, de déformer, satisfont le désir d'être actif.

Opposant la tradition pédagogique didactique à la théorie freudienne de l'« apprentissage hédonique » du plaisir nécessaire, il relève comment ces logiciels déculpabilisent parents et enfants dans un apprentissage ludique.

Michaël Stora pointe aussi une limite du logiciel, le rapport affectif : l'enfant doit compenser par une appropriation de personnage ou d'histoire, ce qui implique une qualité de ces histoires. Cela renforce le narcissisme, par ce processus d'avatar à qui l'enfant doit s'identifier. De même, la plupart des titres fonctionnent sur le rapport exercice / récompense, un comportement pavlovien appauvrissant.

Il souligne une composante originale, qui n'apparaît pas dans le livre, qui est le jeu avec l'histoire : l'enfant peut tester ses limites, jouer avec lui-même, la mise en image sur l'écran permettant de garder une distance.

Un point trop souvent négligé serait le rôle du corps, notamment la main / le toucher : la maîtrise devient intellectuelle et concrète, on pourrait parler d'une « sensorialité narrative ».

Renvoyant aux études menées par Patricia Greenfield (UCLA), Michaël Stora pointe trois compétences cognitives plus particulièrement développées par le multimédia, notamment le jeu : la spatialisation grâce à la 3D, la capacité à mener plusieurs tâches, et l'intelligence déductive.

Edwige Antier, pédopsychiatre, fit ensuite un exposé synthétique du rapport des petits enfants à l'ordinateur, soulignant combien l'ordinateur répond aux besoins du développement des petits, « êtres de communication », perpétuels curieux insatisfaits, en demande de nouveauté. Pour elle, il se fait une corrélation entre leurs images mentales et l'écran, par le geste de la main. Elle décrit l'intelligence de l'enfant comme une fusée dont les moteurs sont la sécurité affective, les sens et l'apprentissage cognitif. L'avantage de l'ordinateur est que l'enfant n'éprouve pas avec lui de sentiment d'échec, contrairement aux rapports avec une personne. Il per-

prix multimédia jeunesse des Adélouzes

met d'essayer sans blocage et d'apprendre plus vite ainsi. Elle insiste cependant sur la nécessité de partager l'ordinateur avec l'enfant, de s'adapter à sa capacité de concentration par de courtes séances, et de fournir un accompagnement affectif.

La journée s'achevait sur la confrontation des éditeurs et distributeurs, animée par Vladimir Lelouvier du magazine *Multimédia à la une*. Thomas Painçon, responsable marketing éducation de Vivendi Universal Games France, leader du secteur, insistait sur le phénomène de concentration, et la pression très dure des distributeurs (grandes surfaces et magasins spécialisés). Christian Delecourt, de Lasermedia (*Forestia*), relevait le basculement en cours du marché PC vers les consoles, plus vendues que les cédéroms pour la première fois en 2002, et le choix de ces mêmes vendeurs de consacrer leurs rayons à ces produits essentiellement ludiques. Le « point mort », seuil de rentabilité d'un titre, s'élève ainsi de 10 000 à 20 000 exemplaires selon les cas, ce qui devient très dur à atteindre même pour des « licences » (titres développés sur un univers connu). À ce propos, Thomas Painçon relevait qu'on était passé d'une logique de création originale de produit à une logique d'exploitation et de déclinaison de licences venues de la littérature, du cinéma ou du jouet, plus rarement développées dans l'univers multimédia. Les distributeurs limitent l'offre nouvelle et originale, et les éditeurs limitent leurs investissements en conséquence. Par ailleurs, il pointait l'accélération des cadences et du développement technique des machines et OS, qui pousse à renouveler toujours plus vite les produits sans les laisser vivre et se rentabiliser. Une conséquence négative est aussi la baisse du temps de développement, et la moins bonne qualité (paradoxale) des produits, moins testés ou au scénario moins peaufiné. Le besoin d'innovation et de nouveaux personnages et concepts fut généralement souligné.

Le marché français se caractérise, d'après Thomas Painçon, par l'exceptionnelle qualité de ses consommateurs, qui en fait le marché-test d'Europe. Les enfants sont très exigeants, et font du segment ludo-éducatif un marché très atypique. En même temps, le risque pour l'éditeur de produire un titre trop spécifique à la France, donc non exportable et moins rentabilisable, existe. Christian Delecourt souligna la déception de l'évolution du Milla en ludo-éducatif, avec de moins en moins de rencontres et de ventes internationales. Claudius Erhardy, directeur général de Disney interactive, soulignait également la croissance exponentielle des

coûts de développements et des exigences techniques, espérant une compatibilité sur console du ludo-éducatif, qui permettrait de diffuser et rentabiliser les titres. Pour lui, la stagnation du marché vient d'une part du développement des consoles, mais aussi d'internet, par la simple diminution du temps disponible : un loisir gratuit chasse l'autre. Xavier Dagros, pour Wanadoo, soulignait l'alternative que permet justement internet, et la coexistence non exclusive nécessaire.

Les rapports avec l'éducation nationale donnèrent lieu à des points de vue variés, sur un diagnostic assez partagé : baisse du marché purement éducatif, sauf en primaire, par une demande plus ludique des enfants comme des parents, difficulté de construire et rentabiliser les titres (3 à 4 ans nécessaires) : de gros investissements pour de gros risques.

Les efforts se portent donc sur la scénarisation, l'ajout de structures ludiques, encadrant les activités, renforçant l'attractivité. Mais ce qui plaît au public n'est pas ce que demandent les enseignants, qui privilégient l'efficacité « sèche ». De même, le piratage massif continue d'être difficile à supporter. L'arrivée de nouvelles générations d'enseignants permet aux éditeurs d'espérer un développement accru dans le futur. Pour l'instant, les médiathèques donnent une plus grande image d'ouverture.

La question des consoles, actuellement triomphantes et objet des gros budgets de recherches des constructeurs, fut reprise pour souligner la diminution consécutive des budgets d'édition pour PC. Techniquement, les éditeurs s'accordent à trouver le media un peu juste pour l'éducatif et le ludo-éducatif, à cause du manque de clavier. Mais cela peut changer très vite... Le marché reste à développer, malgré quelques incursions intéressantes d'Adibou. Pour Disney, la console n'a encore qu'une légitimité d'éveil ou de jeu, pas dans l'éducatif. Elle reste une plate-forme en devenir, et dangereuse pour les éditeurs par l'incertitude de sa durée de vie. Pour une petite société comme Lasermedia, la rentabilité paraît très difficile à imaginer sur ce support.

L'avenir du secteur, Wanadoo (X. Dagros), le voit naturellement dans les communautés en ligne et l'utilisation des programmes à plusieurs. Mais l'internet soulève beaucoup de questions fondamentales, remet en cause beaucoup de modèles, et pour le public reste un concept gratuit. Quelle forme de commercialisation, pour quel nouveau type d'édition ?

Olivier Piffault