

Diplôme de conservateur de bibliothèque

Mémoire d'étude / Janvier 2011

## **Valorisation du patrimoine numérisé des bibliothèques françaises sur les réseaux sociaux**

**Natacha Leclercq**

Sous la direction de Frédéric Martin  
Chef du service Pôles associés/Gallica – Bibliothèque nationale de France



## **Remerciements**

*Je tiens à remercier M. Frédéric Martin, chef du service Pôles associés/Gallica de la BnF, qui a dirigé ce mémoire, pour sa disponibilité, ses précieux conseils qui m'ont permis de mener à bien cette étude. Je le remercie également vivement pour sa relecture : remarques et précisions m'ont été très utiles pour achever ce travail.*

*Toute ma gratitude va également aux nombreux professionnels de bibliothèques et de musées qui m'ont accordé de leur temps pour me faire part de leur réflexion ainsi que de leurs attentes et interrogations sur le sujet de ce mémoire.*

*Un grand merci enfin à Olivier V. pour sa relecture sérieuse, ses remarques judicieuses et surtout pour son soutien indéfectible lors de ces mois de rédaction.*

**Résumé :**

*Les bibliothèques françaises fréquentent de plus en plus les réseaux sociaux : cependant, on constate que rares sont celles qui y mettent en valeur le patrimoine numérisé qu'elles conservent. Si les opportunités d'une présence forte sur le web sont évidentes, les modalités de valorisation des collections patrimoniales diffèrent selon les établissements. Cette étude vise à recenser les manières dont les bibliothèques françaises ont choisi de mettre en valeur ces documents, tout en proposant un schéma de réflexion permettant une mise en valeur pertinente et durable du patrimoine numérisé des bibliothèques françaises sur les réseaux sociaux.*

*Descripteurs :**Web 2.0**Communautés virtuelles – France**Patrimoine écrit – France**Numérisation***Abstract :**

*French libraries are more and more present on social networks : however, very few have brought out their digitized cultural heritage on it. If the opportunities of being well known on the web are obvious, the methods libraries used to bring out their cultural heritage differ according to the institutions. This study aims to list the methods chosen by French libraries and to provide an outline of reflections to lead to highlight in a relevant and lasting way those digitalized collections.*

*Keywords :**Web 2.0**Electronic villages (Computer networks)—France**Digitization*

## ***Droits d'auteurs***



Cette création est mise à disposition selon le Contrat :  
« **Paternité-Pas d'Utilisation Commerciale-Pas de Modification 2.0 France** »  
disponible en ligne <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.0/fr/> ou par courrier postal à Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California 94105, USA.

# Sommaire

<b>SIGLES ET ABREVIATIONS .....</b>	<b>6</b>
<b>INTRODUCTION.....</b>	<b>7</b>
<b>LES BIBLIOTHEQUES ET LEUR PATRIMOINE NUMERIQUE DANS LE WEB</b>	
<b>2.0.....</b>	<b>10</b>
<b>1. Des bibliothèques 2.0.....</b>	<b>10</b>
1.1. <i>Le web 2.0</i> .....	10
1.1.1. Blogs.....	11
1.1.2. Wikis .....	12
1.1.3. Flux RSS .....	12
1.1.4. Folksonomie.....	12
1.2. <i>Les réseaux sociaux aujourd'hui</i> .....	13
1.2.1. Définition.....	13
1.2.2. Utilisation des médias sociaux .....	14
1.2.2.1. Chez les internautes français.....	14
1.2.2.2. Dans les bibliothèques françaises .....	15
1.3. <i>Quelques utilisations de réseaux sociaux en bibliothèque</i> .....	17
1.3.1. Netvibes .....	18
1.3.2. Facebook.....	18
1.3.3. Twitter .....	19
1.3.4. Youtube/Dailymotion .....	19
1.3.5. MySpace .....	20
1.3.6. Flickr .....	20
1.3.7. Delicious.....	21
<b>2. Patrimoine et numérisation.....</b>	<b>21</b>
2.1. <i>Notion de patrimoine</i> .....	21
2.1.1. Définition.....	22
2.1.2. La place des collections patrimoniales au sein des bibliothèques françaises.....	23
2.2. <i>Valorisation des documents patrimoniaux numérisés en ligne</i> .....	24
2.2.1. Les bibliothèques numériques françaises .....	24
2.2.2. Réflexion juridique autour des documents numérisés.....	27
<b>3. Enjeux des réseaux sociaux pour les bibliothèques .....</b>	<b>29</b>
3.1. <i>Une meilleure présence de la bibliothèque sur le web</i> .....	29
3.1.1. Élargir son audience .....	29
3.1.2. Une nouvelle image pour le patrimoine des bibliothèques.....	31
3.2. <i>Maîtriser son identité numérique</i> .....	31
3.3. <i>Des institutions publiques sur des sites privés</i> .....	33
<b>ÉTAT DES LIEUX : LE PATRIMOINE NUMERISE DES BIBLIOTHEQUES SUR LES RESEAUX SOCIAUX.....</b>	<b>35</b>
<b>1. Valorisation indirecte .....</b>	<b>35</b>
<b>2. Valorisation directe.....</b>	<b>39</b>
2.1. <i>Faire découvrir les collections patrimoniales de la bibliothèque</i> .....	39
2.2. <i>Suivre l'actualité</i> .....	42
2.3. <i>Instaurer un dialogue avec les usagers</i> .....	44
<b>3. Évaluation des usages .....</b>	<b>45</b>
3.1. <i>Les usages des internautes</i> .....	46

3.1.1.	Des contenus plus attractifs que d'autres .....	46
3.1.2.	Des internautes enthousiastes et toujours plus nombreux : l'exemple de la page Facebook de Gallica .....	47
3.1.2.1.	Des Gallicanautes enthousiastes .....	47
3.2.1.2.	Un succès confirmé par les chiffres .....	49
3.1.3.	Quelques critiques .....	52
3.2.	<i>L'attitude des bibliothèques</i> .....	52
<b>PRECONISATIONS : QUELLE PLACE POUR LES DOCUMENTS PATRIMONIAUX NUMERISES SUR LES RESEAUX SOCIAUX ? .....</b>		<b>56</b>
1.	<b>Inscrire la participation à un réseau social dans une politique de communication globale.....</b>	<b>56</b>
2.	<b>Une mission à part entière .....</b>	<b>60</b>
3.	<b>Le patrimoine numérique des bibliothèques À la recherche d'un large public</b>	<b>62</b>
3.1.	<i>Diversifier le public</i> .....	62
3.2.	<i>Faire participer le public</i> .....	64
3.3.	<i>Au-delà des réseaux sociaux</i> .....	66
<b>CONCLUSION .....</b>		<b>68</b>
<b>SOURCES .....</b>		<b>71</b>
	Sites de bibliothèques .....	71
	Blogs .....	71
	Réseaux sociaux des bibliothèques .....	72
	Netvibes.....	72
	Facebook.....	72
	Twitter .....	73
	Dailymotion .....	74
	MySpace .....	74
	Flickr .....	74
	Delicious.....	74
<b>BIBLIOGRAPHIE ET WEBOGRAPHIE .....</b>		<b>75</b>
	Web 2.0 .....	75
	Réseaux sociaux .....	76
	Numérique en bibliothèques .....	77
	Patrimoine en bibliothèques .....	78
<b>ANNEXES.....</b>		<b>80</b>
	<b>Annexe 1 : Liste des entretiens avec les professionnels des bibliothèques et des musées .....</b>	<b>80</b>
	<b>Annexe 2 : Bibliothèques françaises ayant mis en avant leur patrimoine numérisé sur un réseau social .....</b>	<b>83</b>
	<b>Annexe 3 : Discussion du 21 juin 2010 sur la page Facebook de Gallica.....</b>	<b>84</b>

## ***Sigles et abréviations***

ABF : Association des bibliothécaires de France  
BBF : Bulletin des bibliothèques de France  
BDIC : Bibliothèque de documentation internationale et contemporaine  
BnF : Bibliothèque nationale de France  
BnsA : Banque numérique du savoir d'Aquitaine  
BSG : Bibliothèque Sainte Geneviève  
BIU : Bibliothèque interuniversitaire  
BM : Bibliothèque municipale  
BNUS : Bibliothèque nationale et universitaire de Strasbourg  
BU : Bibliothèque universitaire  
CCFr : Catalogue collectif de France  
CRÉDOC : Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie  
Loi DADVSI : Loi relative au droit d'auteur et aux droits voisins dans la société de l'information  
IABD : Interassociation archives bibliothèques documentation  
IFLA : International Federation of Library Associations  
LSH : Lettres et sciences humaines  
OAI-PMH : Open Archives Initiative-Protocol for Metadata Harvesting  
OCR : Reconnaissance optique de caractères  
RMN : Réunion des musées nationaux  
RSS : Really Simple Syndication  
SCD : Service commun de la documentation  
URL : Uniform Resource Locator

# Introduction

---

« Les vieux manuscrits ont un avenir en ligne. », c'est ainsi que l'édition du 16 octobre 2010 du quotidien *Sud Ouest* titre l'article annonçant que l'Aquitaine devient le dixième pôle associé de la Bibliothèque nationale de France. La numérisation de plus en plus importante des fonds patrimoniaux des bibliothèques est en effet un véritable atout pour la diffusion et la communication de ces fonds. Rares et souvent méconnus, ils profitent grâce à leur mise en ligne d'une visibilité accrue. Outre les avantages en matière de préservation de ces documents fragiles et précieux que les bibliothèques peuvent retirer, cette possibilité de les mettre à disposition sur le web est aussi une chance de toucher un public plus large et varié.

La réflexion des bibliothécaires sur la présence de la bibliothèque sur le web s'est évidemment renforcée à partir des années 2000. Le site web devient progressivement une vraie vitrine de la bibliothèque dont il est le mode d'accès principal : les contenus et les services s'étoffent. On souhaite donner la possibilité aux lecteurs d'utiliser à distance ce qui est proposé dans la bibliothèque. Au fil des années, le site web se développe pour lui-même, pour ses propres spécificités et possibilités : de nouveaux services sont créés qui viennent se greffer à ceux proposés dans les murs de la bibliothèque. Mais il n'est plus la seule émanation de celle-ci sur le web : blog, wikis, réseaux sociaux sont autant de possibilités pour elle de diversifier ses points d'accès et de toucher davantage d'internautes, de lecteurs inscrits ou potentiels, et surtout de les trouver là où ils se trouvent. La hausse constante du niveau d'équipement des foyers français en matériel informatique, ainsi que l'entrée de la société française dans la « culture de l'écran »<sup>1</sup> influencent directement les politiques de communication des bibliothèques. En effet, en février 2010, 6 foyers français sur 10 sont connectés à Internet dont 96% le sont en haut débit. Mais ce chiffre peut être revu à la hausse si l'on prend en compte l'utilisation croissante des smartphones par les Français. L'étude du CRÉDOC de 2007 publiée sous le titre *Les Bibliothèques municipales en France après le tournant Internet* indique que pour rechercher une information 26% de la population utilise en priorité Internet<sup>2</sup>. Seul 7% se rend à la bibliothèque dans ce cas-là. Si la communication reste l'activité principale sur Internet, on constate également que 50% des Français consultent régulièrement des sites personnels ou des blogs et que 14% d'entre eux visitent des musées et des expositions virtuelles.

La décennie 2000 a également vu la naissance et le succès retentissant des réseaux sociaux : en juillet 2010, Facebook, créé en février 2004, compte plus de 500 millions d'inscrits et sa fréquentation a dépassé, aux États-Unis, celle du moteur de recherche Google. En France, déjà 17,2 millions d'inscrits sont fidèles au réseau social le plus populaire du monde. Devant l'attrait toujours grandissant des internautes pour ces sites et également devant les possibilités de communication qu'ils offrent, les bibliothèques françaises multiplient leurs comptes sur ces plateformes. Une nouvelle présence numérique s'invente et se développe, au fil des expériences et des modèles proposés tant à l'étranger que dans d'autres institutions culturelles. Les réseaux sociaux sont alors considérés principalement comme une source d'information supplémentaire pour les

---

<sup>1</sup> DONNAT, Olivier, « Les pratiques culturelles à l'ère numérique », in *BBF*, 2010, n° 5, p. 6-12 [en ligne] <http://bbf.enssib.fr/> [Consulté le 28 novembre 2010].

<sup>2</sup> MARESCA, Bruno, *Les bibliothèques municipales en France après le tournant Internet attractivité, fréquentation et devenir*. Paris : Bibliothèque publique d'information-Centre Pompidou, 2007.

internautes. Y priment des informations sur l'actualité et les événements qui se sont déroulés dans les bibliothèques. Pourtant, la question du patrimoine numérisé des bibliothèques y est rarement évoquée alors que sa place dans les bibliothèques n'est pas négligeable et que les projets de numérisation sont l'occasion de le mettre largement en ligne. De nombreux tutoriels disponibles sur Internet présentent les avantages et les inconvénients de la présence d'une bibliothèque sur un réseau social. Ils citent les usages que peut en faire la bibliothèque, en décrivant les plateformes utilisées. On constate cependant que la valorisation des collections patrimoniales n'est jamais envisagée comme un usage spécifique de ces réseaux sociaux.

Cependant, à la lumière d'expériences étrangères, cette question mérite d'être plus profondément examinée. La Bibliothèque du Congrès a publié en 2008 un rapport analysant son expérience sur le site Flickr, en décrivant notamment les réactions des internautes face à cette initiative. Ces derniers sont ainsi contents que voir enfin les collections de la Bibliothèque sur Internet :

« Ironiquement, certains des mails et des commentaires que nous avons reçus après le lancement de l'opération insistèrent sur la satisfaction du public à voir que la Bibliothèque « commençait » à numériser ses photographies et les mettait en ligne librement<sup>3</sup>. »

Pourtant, plus d'un million d'images numérisées sont déjà disponibles sur le site de la Bibliothèque. Comme le concluent les initiateurs du projet Flickr :

« Des retours de cette nature suggèrent que, comme résultat de ce projet, la Bibliothèque atteint de nouvelles audiences – des personnes qui ne trouvaient pas ou ne pouvaient pas trouver ce document sur notre propre site et des personnes qui n'ont jamais pensé à le consulter<sup>4</sup>. »

Pour la Bibliothèque du Congrès, cette expérience a été riche en enseignements et a également démontré qu'il était pertinent de mettre en ligne et de valoriser ces documents numérisés sur les réseaux sociaux.

À l'heure où les réseaux sociaux prennent une place de plus en plus importante sur le web et dans les pratiques informatiques des Français, quels sont les enjeux, pour les bibliothèques françaises, de la mise en place d'une valorisation de leur patrimoine numérisé sur ces sites ? Celle-ci est-elle une solution efficace pour donner une meilleure visibilité à ces documents, les rendre accessibles à un public plus large ? Quelles nouvelles pratiques les bibliothèques sont-elles susceptibles de mettre en place pour valoriser des collections souvent cachés, comment peuvent-elles adapter leur diffusion à ces nouveaux sites ?

Pour obtenir un état des lieux le plus complet possible de l'utilisation des réseaux sociaux par les bibliothèques françaises et voir si elles y incluaient des informations sur leur patrimoine numérisé, nous avons consulté la liste des bibliothèques et des réseaux sociaux mise en ligne par Bibliopédia<sup>5</sup>. Nous avons pu ainsi recenser les bibliothèques ayant évoqué leurs collections patrimoniales numérisées, en mettant en évidence la

---

<sup>3</sup> « Ironically, some of the email and comments we received after launch noted how pleased people were to see the Library “begin” to digitize their photographs and make them available online. », in BIBLIOTHÈQUE DU CONGRÈS. *For the Good : The Library of Congress Flickr Pilot Project*. [En ligne] Octobre 2008 [http://www.loc.gov/rr/print/flickr\\_report\\_final.pdf](http://www.loc.gov/rr/print/flickr_report_final.pdf) [Consulté le 28 novembre 2010], p. 19.

<sup>4</sup> « Feedback of this nature suggests that as a result of this project the Library is reaching new audiences—people who did not or could not find this material on our own site, and people who never thought to look here. », *ibid.*

<sup>5</sup> BIBLIOPEDIA. *Réseaux et médias sociaux*. [Article en ligne] <http://www.bibliopedia.fr/index.php/Bibliospaces#1> [Consulté le 28 novembre 2010]

fréquence de publication et ses modalités. Ce travail a pu être complété par la consultation des bibliothèques ayant mis en ligne des documents numérisés (en s'appuyant sur le CCFr notamment). Une analyse plus fine des comptes Twitter et Facebook de Gallica nous a permis de nous attacher davantage aux modalités de publications des documents et aux interactions des internautes. Ce panorama des bibliothèques françaises s'est aussi enrichi d'une consultation approfondie des réseaux sociaux de grandes bibliothèques étrangères (anglo-saxonnes, espagnoles, polonaises), ainsi que d'autres institutions culturelles, notamment des musées. La lecture attentive d'une webographie, notamment des blogs et des diaporamas en ligne, consacrée aux réseaux sociaux et à l'évolution des bibliothèques dans le web 2.0 est venue apporter une dimension théorique à cet état des lieux pratique.

Pour comprendre les politiques de publication mises en place par les bibliothèques françaises sur les réseaux sociaux, nous avons contacté 16 bibliothèques, d'État et territoriales, ayant choisi de mettre (ou de ne pas mettre) des documents numérisés sur leur compte. Ces entretiens ont apporté des précisions sur leurs choix éditoriaux, mais également sur l'organisation de ce travail de publication au sein de l'établissement et sur les problèmes rencontrés pour de telles initiatives.

Afin de présenter les réalisations des bibliothèques françaises, il convient d'abord de préciser le contexte de développement des bibliothèques dans le web 2.0, en mettant l'accent sur les réseaux sociaux. Cette partie est l'occasion également de définir les spécificités du patrimoine en France et son évolution numérique et d'évoquer les enjeux ainsi que les limites représentées, pour les bibliothèques françaises, par l'inscription sur un réseau social.

L'état des lieux de la mise en valeur du patrimoine numérisé de ces bibliothèques met en évidence les choix effectués par les établissements. Nous avons examiné les modalités qu'ils ont mises en place, leurs avantages et leurs inconvénients. Une évaluation des usages des internautes ainsi que des bibliothécaires vient terminer cet état des lieux, afin d'estimer le succès de ces pratiques mais également d'analyser leur inscription dans l'animation des réseaux sociaux par les bibliothèques.

Enfin, cette analyse se conclut sur des recommandations qui permettraient une valorisation efficace et complète de ces documents patrimoniaux. Celles-ci concernent la mission même d'animation de réseaux sociaux, envisagée comme partie intégrante des missions de la bibliothèque et les possibilités de valorisation sur de tels sites qui s'ouvrent aujourd'hui à celle-ci.

# Les bibliothèques et leur patrimoine numérique dans le web 2.0

---

À l'heure du web 2.0, les bibliothèques poursuivent une réflexion sur leur présence sur Internet et sur l'adaptation de leur fonctionnement aux exigences de ce web. La multiplicité des outils qu'il propose, leur diversité, leur complémentarité et surtout leur impact sur la population en font des outils indispensables pour penser l'évolution de la bibliothèque. La question de la visibilité de la bibliothèque et de ses collections ainsi que celle de son succès auprès des usagers est au cœur de cette réflexion sur le web 2.0.

## 1. DES BIBLIOTHEQUES 2.0

Même si la notion de bibliothèque 2.0 est aujourd'hui entrée dans les mœurs et s'accompagne de réalisations effectives permettant d'illustrer le concept, il convient cependant de revenir sur la définition du web 2.0 et de s'arrêter sur les opportunités qu'il offre aux bibliothèques, notamment en matière de réseaux sociaux.

### 1.1. Le web 2.0

Au début du XXI<sup>e</sup> siècle, le web tel qu'il s'est développé dans les années 1990 laisse place à un web plus inventif, porté par la création de nombreux sites et de nouvelles applications que l'internaute peut s'approprier plus facilement : la notion de collaboration, de participation des internautes se développe. En évoquant ce web en pleine mutation, Dale Dougherty, créateur du premier site web commercial, Global Network Navigator, emploie pour la première fois en 2003 le terme de « Web 2.0 ». En 2004 se tient la première conférence Web 2.0, à laquelle participe également Tim O'Reilly, auteur et éditeur d'ouvrages sur l'informatique, qui officialise le terme de « Web 2.0 » et lui donne sa définition : un web collaboratif, social, qui met l'utilisateur au cœur du web<sup>6</sup>.

Le web 2.0 réunit donc à la fois des améliorations technologiques et une nouvelle manière d'appréhender l'information sur le web, qui doit être facilement et rapidement accessible, qui peut être gérée et créée par les internautes eux-mêmes. Les outils de publication du web 2.0 ne nécessitent aucune connaissance informatique particulière, ce qui permet leur appropriation par le plus grand nombre. De plus, l'ergonomie, le fait d'offrir aux internautes un site clair et lisible, dans lequel on navigue facilement et où l'on trouve rapidement l'information recherchée, prend une place de plus en plus importante dans cette nouvelle conception du web<sup>7</sup>.

Ces principes du web 2.0, ont rapidement été mis en parallèle avec une nouvelle manière de percevoir la bibliothèque, de mettre également le lecteur au cœur de ses services et de ses actions. L'avantage est évident : connaître les outils utilisés par les usagers et leur proposer des informations *via* les mêmes outils<sup>8</sup>, pour aboutir à une meilleure communication et à une collaboration plus approfondie avec la bibliothèque.

---

<sup>6</sup> O'REILLY, Tim, *What is web 2.0?* [En ligne] <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html> [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>7</sup> CHAIMBAULT, Thomas. *Réseaux sociaux : panorama et usages institutionnels*. [En ligne] p. 60 <http://www.slideshare.net/Faerim/des-rseaux-sociaux-et-des-bibliothques> [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>8</sup> GAZO Dominique. *Le Web 2.0 et les bibliothèques 2.0*. [En ligne] [http://bibliodoc.francophonie.org/article.php?id\\_article=257](http://bibliodoc.francophonie.org/article.php?id_article=257) [Consulté le 28 novembre 2010]

En 2005, Michael Casey, directeur des technologies de l'information à la Bibliothèque publique de la métropole d'Atlanta, sur son blog *LibraryCrunch*, utilise pour la première fois le terme de « Bibliothèque 2.0 », associant les principes directeurs du web 2.0 aux bibliothèques.

Silvère Mercier, chargé de médiation numérique à la Bibliothèque publique d'information, dans son blog *Bibliobsession*, donne une définition de ce concept de « bibliothèque 2.0 » : c'est la « mise en œuvre de services en ligne qui visent à mieux faire **se rencontrer une offre et une demande de contenus dans le cadre d'une politique documentaire**<sup>9</sup> ». Grâce aux outils estampillés web 2.0, la bibliothèque peut profiter des effets de réseau, constitutifs du web social, pour mieux affirmer et multiplier sa présence. Elle peut ainsi espérer se développer plus intensément suivant cinq axes : se promouvoir, s'ouvrir à l'utilisateur, améliorer les outils existants, délivrer de nouveaux services, se poser en forum social<sup>10</sup>.

On distingue cinq outils principaux, que se sont appropriés les bibliothèques pour accroître leur dimension 2.0 : blogs, wikis, fil RSS, folksonomie et réseaux sociaux.

### 1.1.1. Blogs

Le blog est un site personnel, qui se crée facilement, sans requérir trop de connaissances d'un point de vue informatique et technique. Il est caractérisé par les billets que publie régulièrement son créateur, que chaque internaute peut lire et commenter à son gré. Le blog est une des nouveautés les plus emblématiques du web 2.0 : il représente la possibilité pour chacun de créer son propre espace sur le web, d'interagir librement et rapidement avec les propos de tous, et de fonder ainsi une communauté virtuelle autour d'un centre d'intérêt, d'une personne, d'un événement etc.

Le blog est rapidement adopté par les bibliothécaires pour disséminer davantage la présence de leur institution sur la toile : il permet à la fois de diffuser les actualités de la bibliothèque et d'en promouvoir les événements, de mettre ses informations à jour, de créer un lien entre l'équipe de la bibliothèque et les usagers, lien qui peut être plus personnel, plus familier grâce aux commentaires déposés par les internautes et aux réponses élaborées par les responsables du blog. Le blog de l'Université de Bretagne occidentale, le *Buboblog*, présente ainsi des informations sur l'actualité et le fonctionnement de la bibliothèque<sup>11</sup>. De même, des blogs thématiques, suivant certaines collections spécifiques de la bibliothèque ou présentant des services innovants, peuvent permettre de mieux valoriser les particularités de l'institution, comme le blog *Interfaces/Livres anciens de Lyon* tenu par la Bibliothèque de l'Université Claude Bernard Lyon 1 et la Bibliothèque Interuniversitaire Langues et Sciences Humaines de Lyon valorisant, au moyen d'articles scientifiques, les livres anciens conservés par les deux établissements<sup>12</sup>.

---

<sup>9</sup> MERCIER, Silvère. *Services 2.0 dans les bibliothèques : vers des bibliothèques 2.0 ?* [En ligne]. Mise à jour du 14 août 2008. <http://www.slideshare.net/bibliobsession/services-20-sans-les-bibliothèques-reloaded-bibliobsession> [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>10</sup> BIBLIOPEDIA. *Bibliothèque 2.0*. [En ligne]. [http://www.bibliopedia.fr/index.php/Biblioth%C3%A8que\\_2.0](http://www.bibliopedia.fr/index.php/Biblioth%C3%A8que_2.0) [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>11</sup> UNIVERSITE DE BRETAGNE OCCIDENTALE. *Le Buboblog*. [En ligne] <http://buboblog.univ-brest.fr/> [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>12</sup> BIBLIOTHEQUE INTERUNIVERSITAIRE-LANGUES SCIENCES HUMAINES BIBLIOTHEQUE UNIVERSITAIRE CLAUDE BERNARD LYON 1. *Interfaces/Livres anciens de l'université de Lyon*. [En ligne] <http://bibulyon.hypotheses.org/> [Consulté le 28 novembre 2010]

### 1.1.2. Wikis

Le wiki est également une possibilité pour la bibliothèque d'accroître sa présence sur le web. Il s'agit d'un site web permettant à tout internaute d'en modifier le contenu : sa création est donc collaborative. Les exemples de wiki en bibliothèques restent tout de même assez rares : ils nécessitent en effet une participation active des lecteurs, et donc requièrent une certaine aisance dans la manipulation des modèles éditoriaux. Néanmoins, certaines bibliothèques, à l'image de la Bibliothèque Universitaire d'Économie et de Droit du Service commun de la documentation de l'Université Paul Cézanne Aix-Marseille 3<sup>13</sup>, sont parvenues à créer un wiki actif, centré sur des thèmes précis (pour celle d'Aix-Marseille 3, sur le fonctionnement de la bibliothèque et la recherche de ressources juridiques) et venant compléter les informations situées sur le site institutionnel de la bibliothèque.

### 1.1.3. Flux RSS

Les flux RSS sont également fréquemment utilisés en bibliothèque pour disséminer la présence de cette dernière sur le web, de mieux tenir les internautes au courant des mises à jour, des modifications apportées au(x) site(s) de la bibliothèque ou à ses blogs. Les flux RSS sont des fichiers produits automatiquement par les sites web lors de leur modification. Des agrégateurs recueillent ces modifications et préviennent de cette manière l'internaute que le site auquel il a « souscrit » a été enrichi. Le site web devient alors davantage dynamique et ses lecteurs ont la possibilité de suivre de près son évolution. On comprend ici tout l'intérêt de créer des flux RSS sur le site institutionnel d'une bibliothèque : les usagers sont au courant automatiquement de ses nouveautés proposés sans être obligés d'en consulter sans cesse le site. Le flux RSS peut être multiplié selon les rubriques, les pages que contient le site : ainsi, la rubrique « nouveautés », chaque fois qu'elle s'enrichit, prévient le lecteur des nouvelles acquisitions réalisées par l'établissement. Les différentes émanations de la bibliothèque sur le web peuvent ainsi être suivies indépendamment les unes des autres par les internautes, suivant leurs intérêts, leurs besoins. Grâce aux flux RSS, la bibliothèque a la possibilité de multiplier ses points d'accès, de dynamiser son existence sur le web.

### 1.1.4. Folksonomie

Dans sa définition, le web 2.0 remet l'utilisateur au cœur du web, en développant le plus possible la participation et le partage. Ce dernier doit donc être capable d'apporter sa contribution à la création de métadonnées qu'il réutilisera par la suite pour son propre usage mais également au sein des réseaux qu'il a pu se créer. Le processus de folksonomie caractérise parfaitement cette idée : loin des schémas de catégorisation mis en place par les professionnels de l'information ou par les producteurs de documents eux-mêmes, l'utilisateur vient définir personnellement, par des mots-clés (*tags*) qu'il a choisis indépendamment de toute classification préalable, les documents qui l'intéressent. Les documents peuvent ainsi être étiquetés soit selon les propres choix de l'internaute, soit suivant les mots-clés les plus populaires qui décrivent déjà le document. En suivant les mots-clés déjà établis par d'autres internautes, et partagés par

---

<sup>13</sup> BIBLIOTHEQUE UNIVERSITAIRE D'ÉCONOMIE ET DE DROIT DU SERVICE COMMUN DE LA DOCUMENTATION DE L'UNIVERSITE PAUL CEZANNE AIX-MARSEILLE 3. *InfoBU*. [En ligne] <http://infobu.pbworks.com/w/page/19891050/FrontPage> [Consulté le 28 novembre 2010]

le plus grand nombre, il est alors possible de trouver d'autres ressources correspondant à ses centres d'intérêt.

La folskonomie a rapidement trouvé un large écho parmi les internautes : utilisable par tous, sans compétence particulière requise, elle permet de rendre l'information accessible à tous, de la partager plus facilement avec autrui. Aussi, elle est véritablement centrée sur l'utilisateur qui, par ses expériences, ses connaissances, classifie, étiquette les ressources selon ses modes de représentation et de pensée.

Les bibliothécaires ont également perçu les avantages d'une telle classification par les lecteurs : l'apparition des catalogues 2.0 a pour but de compléter l'indexation des catalogueurs professionnels par une indexation produite par les lecteurs, souvent ignorant la classification utilisée par les professionnels des bibliothèques. Les ressources sont ainsi plus facilement accessibles et, par le jeu des mots-clés, les lecteurs peuvent trouver des documents correspondant à leurs centres d'intérêt, comme c'est le cas avec le *Catalog +* de la Bibliothèque Municipale de Lyon<sup>14</sup>.

## **1.2. Les réseaux sociaux aujourd'hui**

La question des réseaux sociaux et de leur utilisation aujourd'hui dans les bibliothèques françaises reste à analyser. Il convient tout d'abord de se pencher sur la définition d'une catégorie de site web récent, connu de tous et utilisé par une grande majorité de Français mais dont la définition claire est difficile à établir, car fluctuante.

### **1.2.1. Définition**

C'est en 2003 que Danah Boyd, spécialiste des réseaux sociaux à l'Institut de recherche Microsoft, et Nicole Ellison, professeur au département de la télécommunication, de l'information et des médias de l'Université du Michigan, mettent au point la définition du réseau social, qui reste aujourd'hui la base de la réflexion sur ce dernier. Dans leur article fondateur<sup>15</sup>, elles écrivent que le réseau social est : « une catégorie de site web avec des profils d'utilisateurs, des commentaires publics semi-persistants sur chaque profil, et un réseau social public navigable affiché en lien direct avec chaque profil individuel ». Cette définition met l'accent sur les éléments que l'on retrouve dans les divers réseaux sociaux présentés aux internautes : un site web, sur lequel on crée un profil personnel que l'on alimente à son gré, une communauté virtuelle, un réseau, que l'on anime par des commentaires, des réactions, que l'on visite de profil en profil, mais que l'on peut également accroître.

Ainsi, les réseaux sociaux, tels qu'entendus selon cette acception, ne seraient pas si nombreux. On ne pourrait en effet y compter que les sites fondés sur le réseau pur et la communication de l'internaute avec ce dernier. Ce sont des sites comme Facebook<sup>16</sup>, Twitter<sup>17</sup>, Friendster<sup>18</sup> ou encore MySpace<sup>19</sup> qui entreraient uniquement dans cette définition.

Cependant, on voit aujourd'hui que le terme de réseau social regroupe des sites web où la notion de réseau n'est pas primordiale dans l'utilisation du site. D'autres fonctionnalités sont au cœur de l'existence de ces plateformes, qui n'hésitent pourtant pas ensuite à développer un

---

<sup>14</sup> BIBLIOTHEQUE MUNICIPALE DE LYON. *Catalog +*. [Catalogue en ligne]. <http://autonomy.bm-lyon.fr/retina/public/basic.do> [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>15</sup> BOYD, DANAH M., ELLISON, NICOLE B. « Social network sites : Definition, history, and scholarship », [En ligne] in *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2007, vol. 13, n°1. <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html> [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>16</sup> FACEBOOK [En ligne] <http://fr-fr.facebook.com/> [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>17</sup> TWITTER [En ligne] <http://twitter.com/> [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>18</sup> FRIENDSTER [En ligne] <http://www.friendster.com/> [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>19</sup> MYSPACE [En ligne] <http://fr.myspace.com/> [Consulté le 28 novembre 2010]

propre réseau pour permettre à leurs utilisateurs de se créer une communauté virtuelle au sein du site. On peut classer dans cette catégorie les plateformes de partage, de distribution comme Flickr<sup>20</sup>, Youtube<sup>21</sup>, Slideshare<sup>22</sup>, Digg<sup>23</sup> et aussi des plateformes qui permettent l'organisation de ressources, comme Netvibes<sup>24</sup>, Delicious<sup>25</sup> ou Library Thing<sup>26</sup>. Devant la multiplication de sites web développant également dans leur fonctionnalité des possibilités de réseautage, le terme média social est venu étoffer celui de réseau social, plus adapté aux premiers sites cités. En parlant de média social, l'accent est davantage mis sur l'ensemble des ressources qui peuvent être partagées entre les utilisateurs d'un même média : vidéos, photos, diaporamas etc. La définition proposée par Frédéric Cavazza, consultant indépendant, dans son blog *Médias sociaux*, tout en insistant sur les services proposés par les médias reste néanmoins très large : « les médias sociaux désignent un ensemble de services permettant de développer des conversations et des interactions sociales sur Internet ou en situation de mobilité<sup>27</sup>. »

Cette redéfinition du réseau social dans un sens plus large laisse entrevoir toute la diversité que ce concept recouvre. La simple lecture de l'article de Wikipédia, *List of social networking websites*<sup>28</sup>, bien que celle-ci ne soit pas exhaustive sur le sujet, le confirme. En effet, en matière de réseau social, la similitude n'est pas de mise : chaque site développe ses propres caractéristiques qui le rendent unique et, par conséquent plus à même de recruter davantage d'inscrits et de leur créer leur propre communauté, selon des règles de base établies par les administrateurs du site.

Selon sa religion, son appartenance ethnique, ses goûts, on peut trouver le média social qui nous convient et qui permettra de rencontrer le plus d'internautes se rapprochant de nos préoccupations principales. De même, suivant les documents que l'on souhaite diffuser sur le web, plusieurs solutions peuvent être envisagées : Youtube ou Dailymotion pour les vidéos, Flickr pour les photos, SlideShare pour des diaporamas etc.

Évidemment, ces diverses propositions d'appartenance à une communauté bien définie n'empêchent pas d'être inscrits à différents réseaux sociaux.

## 1.2.2. Utilisation des médias sociaux

### 1.2.2.1. Chez les internautes français

L'utilisation faite par les internautes des médias sociaux est de plus en plus massive : une enquête IFOP de janvier 2010 a publié que 77% des internautes français sont inscrits sur au moins un réseau social<sup>29</sup>.

Depuis 2008, la progression de l'utilisation des réseaux sociaux dans la population française est constante. 23% des internautes avaient un compte Facebook à l'automne 2008, contre 37 % aujourd'hui. Le site Copains d'avant<sup>30</sup> a connu une croissance de 4 points en 2009, tandis que Twitter ne décolle que progressivement chez les internautes français, seuls 5% d'entre eux l'utilisant à l'automne 2009. On remarque également que MySpace, un des

---

<sup>20</sup> FLICKR, [En ligne] <http://www.flickr.com/> [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>21</sup> YOUTUBE [En ligne] <http://www.youtube.com/?gl=FR&hl=fr> [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>22</sup> SLIDESHARE [En ligne] <http://www.slideshare.net/> [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>23</sup> DIGG [En ligne] <http://digg.com/news> [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>24</sup> NETVIBES [En ligne] <http://www.netvibes.com/fr> [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>25</sup> DELICIOUS [En ligne] <http://www.delicious.com/> [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>26</sup> LIBRARY THING [En ligne] <http://www.librarything.fr/> [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>27</sup> CAVAZZA, Frédéric. *Médias Sociaux.com*. [Billet en ligne] 29 juin 2009. <http://www.mediassociaux.com/2009/06/29/une-definition-des-medias-sociaux/> [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>28</sup> WIKIPÉDIA. *List of social networking website*. [Article en ligne] [http://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_social\\_networking\\_websites](http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_social_networking_websites) [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>29</sup> IFOP. *Observatoire des réseaux sociaux*. [Enquête en ligne] Janvier 2010 [http://www.ifop.fr/media/poll/1032-1-study\\_file.pdf](http://www.ifop.fr/media/poll/1032-1-study_file.pdf) [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>30</sup> COPAINS D'AVANT [En ligne] <http://copainsdavant.linternaute.com/> [Consulté le 28 novembre 2010]

premiers sites de réseaux sociaux massivement utilisés, n'a plus autant d'inscrits que l'année précédente, perdant 4 points en un an.

Réseaux sociaux	Taux d'internautes français inscrits
Copains d'avant	49%
Facebook	37%
Trombi.com	19%
Myspace	8%
Viadeo	8%
Hi5	5%
Twitter	5%

**Tableau 1 : Sites de réseaux sociaux les plus utilisés en France (Enquête IFOP janvier 2010)**

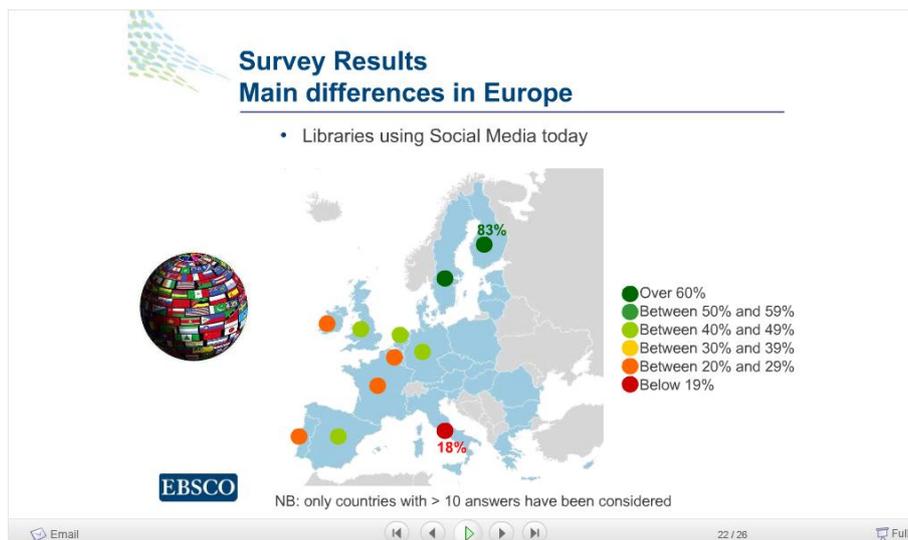
Ces résultats sont aussi à nuancer selon l'âge des utilisateurs. Si Copains d'avant reste le réseau le plus utilisé par les Français, il l'est surtout par les internautes âgés de plus de 25 ans. Les nouvelles générations (*Digital Natives*<sup>31</sup>) investissant de plus en plus massivement le web viennent pondérer ces résultats. Par exemple, 72% des 18-24 ans utilisent Facebook contre 46% des 25-34 ans.

### **1.2.2.2. Dans les bibliothèques françaises**

L'utilisation des médias sociaux par les bibliothèques françaises reste très variable d'un établissement à l'autre. Une enquête EBSCO de juillet 2010, intitulée *Bibliothèques européennes et médias sociaux*, montre le retard français par rapport aux autres bibliothèques européennes<sup>32</sup>.

<sup>31</sup> La notion de *Digital Natives* comprend les personnes nées à partir de la fin des années 1970 qui ont grandi dans un environnement numérique.

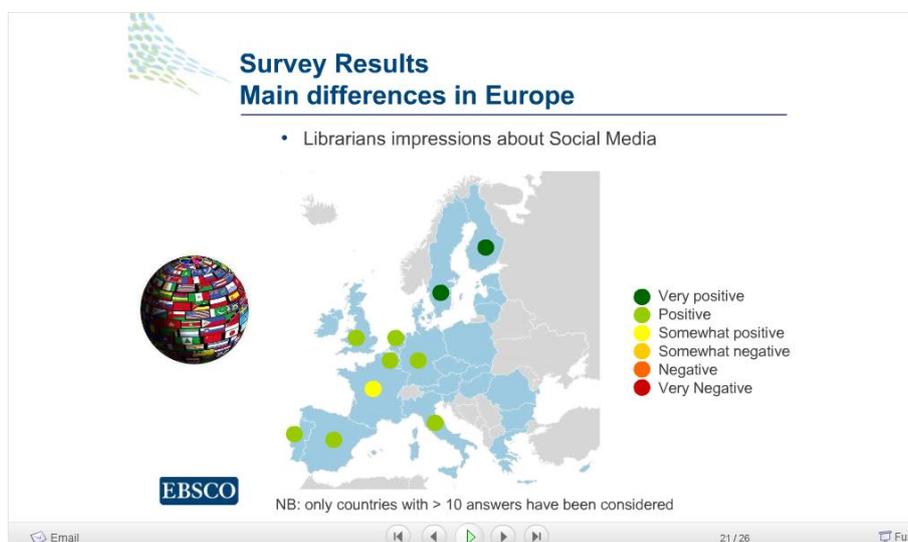
<sup>32</sup> EBSCO. *Social Media in Libraries in Europe* [Enquête en ligne] Juillet 2010 <http://www.slideshare.net/jhousiere/social-media-usage-in-libraries-in-europe-survey-teaser> [Consulté le 28 novembre 2010]



**Carte 1 : Utilisation des réseaux sociaux dans les bibliothèques européennes**

Alors que la France est un des pays sollicités à avoir répondu le plus massivement à cette enquête (elle représente 20% des répondants), on constate que seules 27% des bibliothèques françaises ont un compte sur un média social, loin derrière celles d'Europe du Nord. Cependant, 51 % des bibliothèques françaises réfléchissent à leur mise en place.

Ce chiffre est accentué par le fait que ce sont les bibliothécaires français qui sont le moins convaincus par la pertinence de l'utilisation des médias sociaux. Si 45% d'entre eux ont une image positive ou très positive de ces sites, 10% en ont une image assez négative.



**Carte 2 : Opinion des bibliothèques européennes sur les réseaux sociaux**

Bien que la diversité caractérise les réseaux sociaux, on constate néanmoins que la présence des bibliothèques françaises sur ces plateformes est très limitée. Bibliopédia met à jour régulièrement la liste des différents réseaux sociaux utilisés par les bibliothèques françaises<sup>33</sup> et en dénombre neuf principaux : MySpace, Facebook, Netvibes, Twitter, Dailymotion, Youtube, Flickr<sup>34</sup>, Calameo<sup>35</sup> et Babelio<sup>36</sup>. Bien que non exhaustive et très fluctuante, nous

<sup>33</sup> BIBLIOPEDIA. *Réseaux et médias sociaux*. [Article en ligne] <http://www.bibliopedia.fr/index.php/Bibliospaces#1> [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>34</sup> DAILYMOTION [En ligne] <http://www.dailymotion.com/fr> [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>35</sup> CALAMEO [En ligne] <http://fr.calameo.com/> [Consulté le 28 novembre 2010]

pouvons néanmoins considérer cette liste comme une base pour analyser la répartition des réseaux sociaux dans les bibliothèques françaises. Ainsi, la popularité des plateformes apparaît comme telle :

Réseaux sociaux	Nombre de bibliothèques françaises ayant un compte
Netvibes	142
Facebook	70
Twitter	26
Dailymotion	15
Myspace	14
Babelio	13
Youtube	5
Calameo	2
Flickr	1

Tableau 2 : Réseaux sociaux utilisés par les bibliothèques françaises (par ordre de popularité)

Netvibes est loin devant ses concurrentes, ce qui peut s'expliquer par les portails thématiques que peuvent y créer les bibliothèques : ainsi, chaque département peut avoir son propre univers Netvibes, sur lequel il développe ses centres d'intérêts et crée des liens vers les ressources qui le concernent directement et risquent d'intéresser ses usagers.

Il est également intéressant de voir que les bibliothèques de lecture publique sont plus présentes sur les réseaux sociaux que les bibliothèques d'enseignement supérieur (sur le même échantillon proposé par Bibliopédia, 215 bibliothèques de lecture publique ont un compte contre 73 pour les bibliothèques d'enseignement supérieur). Mais cet écart tend à se réduire aujourd'hui : les bibliothécaires prennent conscience de la nécessité pour leur établissement d'investir au moins un réseau social.

### **1.3. Quelques utilisations de réseaux sociaux en bibliothèque**

Il est nécessaire de décrire brièvement les principaux réseaux sociaux utilisés dans les bibliothèques pour mieux saisir leur fonctionnement et surtout les avantages qu'ils peuvent apporter dans la vie et l'activité de la bibliothèque. L'article de Thomas Chaimbault, bibliothécaire à l'ENSSIB, sur son blog *Vagabondages*, « 25 outils de réseaux sociaux à destination des bibliothécaires »<sup>37</sup>, qui reprend le billet, anglais, de Jessica Huppe sur le même sujet offre un large panorama, qui bien que datant de 2008

<sup>36</sup> BABELIO [En ligne] <http://www.babelio.com/> [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>37</sup> CHAIMBAULT, Thomas. « 25 outils de réseaux sociaux à destination des bibliothécaires » [Billet en ligne], in *Vagabondages*, 22 avril 2008. <http://www.vagabondages.org/post/2008/04/21/25-outils-de-reseaux-sociaux-a-destination-des-bibliothecaires> [Consulté le 28 novembre 2010]

est encore d'actualité, de l'offre d'outils disponibles pour les bibliothécaires, accompagnés d'exemples. Nombreux sont les outils encore largement méconnus en France. Sans verser dans une énumération exhaustive, nous proposons de décrire les réseaux sociaux utilisés de manière significative par les bibliothécaires français.

### 1.3.1. Netvibes

Site web français, Netvibes, après inscription de l'utilisateur, permet la création d'un site personnel et personnalisable, constitué d'onglets. La page d'accueil du site, comme le montre l'univers Netvibes des bibliothèques de Brest<sup>38</sup>, se présente sous forme de blocs, modulables selon la volonté de l'utilisateur. Netvibes ne propose pas de contenus propres, mais agrège les contenus d'autres sites web, que l'utilisateur peut organiser à son gré<sup>39</sup>. Les atouts de Netvibes sont :

- la création d'une page publique, très pratique, grâce à l'agrégateur de fils RSS, pour réaliser une veille documentaire régulière et fournie.
- le réseau social intégré au site. On peut en effet créer un réseau entre utilisateurs de Netvibes, suivant ses connaissances, ses centres d'intérêts ou encore suivant les pages de veille documentaire réalisées par les autres internautes. Les informations sont plus facilement récupérables et partageables d'un univers Netvibes à l'autre.

Grâce à Netvibes, la bibliothèque peut donc fédérer ses usagers autour d'un univers personnalisé où elle organise et met à jour régulièrement les actualités et événements la concernant. Elle présente aussi différentes informations annexes, concernant par exemple la vie locale ou universitaire.

### 1.3.2. Facebook

Premier réseau social au monde avec plus de 500 millions d'utilisateurs, Facebook permet à ses membres de publier des informations sur leur profil, visibles à un degré plus ou moins détaillé par tout internaute. Facebook offre trois possibilités d'appartenir à son réseau : le profil, le groupe et la page. Le profil, majoritairement utilisé par les particuliers, permet surtout d'accroître son réseau en invitant des « amis » à le rejoindre. Le nombre d'amis est limité à 5000.

Les institutions ouvrent plutôt un compte *via* un groupe ou une page, à l'image des bibliothèques françaises qui, après avoir majoritairement ouvert un profil, anime aujourd'hui une page plus adaptés à leurs besoins. Les deux proposent chacun un mur d'actualité, un onglet *Infos* et des espaces *Photos* et *Vidéo*, permettent d'inviter des membres, de créer des événements et disposent d'un forum de discussion. La différence entre ces options est minime : les pages sont plutôt des comptes publics, dont l'administrateur ne peut gérer les adhésions et dont la communication se fait de manière officielle, à tous les abonnés de la page. En revanche, le créateur d'un groupe peut

---

<sup>38</sup> BIBLIOTHEQUES MUNICIPALES DE BREST. *Univers Netvibes*. [En ligne] [http://www.netvibes.com/bibliobrest#Le\\_reseau](http://www.netvibes.com/bibliobrest#Le_reseau) [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>39</sup> MERCIER, Silvère. « Des bons usages des Univers Netvibes dans les bibliothèques » [Billet en ligne], in *Bibliobsession*, 27 novembre 2009. <http://www.bibliobsession.net/2009/11/27/univers-netvibes-dans-les-bibliotheques/> [Consulté le 28 novembre 2010]

refuser des membres et peut également s'adresser à eux de manière directe, *via* leur boîte de réception.

Quelle que soit la solution adoptée, l'atout de cette plateforme est le réseau potentiel que chaque bibliothèque peut se créer en incitant les « amitiés » ou en accroissant son cercle de « personnes qui aiment ça ». Ces personnes reçoivent alors régulièrement, au rythme des publications de la bibliothèque sur ce site, les posts sur leur mur d'actualité et se tiennent ainsi au courant des informations ou des événements de l'établissement. On peut consulter la page Facebook animée par la Bibliothèque Belle Beille de l'Université d'Angers, pour apprécier la diversité des posts publiés<sup>40</sup>.

### 1.3.3. Twitter

Dernier né des réseaux sociaux, ayant connu un véritable engouement en 2009, Twitter est un site de *microblogging*, permettant à son utilisateur de publier sur son fil des tweets, de 140 signes maximum. Ce format d'expression très bref est parfait pour informer une communauté d'événements précis et surtout pour proposer des liens vers d'autres articles ou contenus plus détaillés. Apparaissent alors sur le fil ses propres tweets ainsi que ceux des personnes que l'on a choisi de « suivre ». L'interaction entre usagers se fait moins par commentaire que par retweet, c'est-à-dire que l'information que l'on a jugée intéressante sur un fil Twitter que l'on suit est diffusée une nouvelle fois sur son propre fil.

L'utilisation de Twitter, moins facile à assimiler du fait de la rigidité du format – 140 signes, pas d'images – et de la syntaxe créée pour pallier à ces limites, en fait un outil encore faiblement utilisé en bibliothèques, comme média à part entière de communication auprès des usagers (alors qu'au contraire sont très répandus les fils Twitter de professionnels des bibliothèques destinés à mettre à jour et diffuser leur veille documentaire). L'université de Bretagne occidentale, grâce à son fil *buboscd*, a néanmoins mis à profit les possibilités de Twitter pour offrir un fil régulièrement mis à jour et très fourni<sup>41</sup>.

### 1.3.4. Youtube/Dailymotion

Le site Youtube, et son pendant français Dailymotion, permettent à chaque détenteur d'un compte de partager des vidéos, que peut visionner chaque internaute, mais que seuls les membres inscrits peuvent commenter et tagger. Les bibliothèques françaises, à l'instar de leurs homologues américaines qui ont déjà bien investi le terrain, commencent à utiliser ces médias pour mettre en ligne des podcasts, des événements, des conférences filmées, des tutoriels (comme le propose la Bibliothèque Universitaire de l'Université Pierre et Marie Curie Paris 6 sur Dailymotion<sup>42</sup>). La Bibliothèque

---

<sup>40</sup> BIBLIOTHEQUE BELLE BEILLE - UNIVERSITE D'ANGERS. *Page Facebook*. [En ligne] <http://www.facebook.com/univangers#!/pages/Angers-France/Bibliotheque-Belle-Beille-Universite-dAngers/270807194287?v=wall> [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>41</sup> BIBLIOTHEQUE DE BRETAGNE OCCIDENTALE. *Fil Twitter:buboscd*. [En ligne] <http://twitter.com/#!/buboscd> [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>42</sup> BIBLIOTHEQUE UNIVERSITAIRE PIERRE ET MARIE CURIE PARIS 6. *Compte Dailymotion : Jubil-upmc* <http://www.dailymotion.com/jubil-upmc> [Consulté le 28 novembre 2010]

publique d'information a créé sa propre chaîne sur Youtube qui rassemble les (quelques) vidéos présentant la bibliothèque<sup>43</sup>.

### 1.3.5. MySpace

Site de réseau social préfigurant le succès phénoménal de Facebook, MySpace permet à chaque utilisateur, une fois inscrit, d'animer sa page tel un blog, en y ajoutant des billets ainsi que des liens vers d'autres ressources, sites web, etc. Le compte peut être visible par tout internaute, mais uniquement commenté par les « amis » de l'utilisateur, c'est-à-dire par la communauté qu'il aura rejointe en s'inscrivant sur MySpace. Basé sur l'interactivité, le partage d'informations et d'impressions, ce site, ouvert à tous, s'est progressivement centré sur la musique, la promotion et la connaissance d'artistes. Le Myspace de la Bibliothèque Municipale de Toulouse permet ainsi de bien connaître la scène musicale locale, tout en étant régulièrement informé des acquisitions et événements organisés par le département musique de la bibliothèque<sup>44</sup>.

### 1.3.6. Flickr

L'utilisation de Flickr en bibliothèques est limitée par le caractère même du site : un site de partage de photos et de vidéos. Flickr propose deux comptes, un gratuit et un payant, le payant ayant l'avantage, entre autres, d'offrir un espace de stockage illimité et l'accès aux fichiers originaux. Après avoir téléchargé ses photos sur le site, l'internaute inscrit peut les classer, les renommer, les commenter, les tagger, ce qui en fait un des sites les plus avancés en matière de folksonomie mais également en matière de géolocalisation. Les tags et les commentaires peuvent aussi être ajoutés par les contacts du membre ayant créé une galerie de photos sur Flickr, ce qui enrichit les informations autour des documents. Souhaitant profiter de cette opportunité, la Bibliothèque du Congrès a déposé 3000 photos en janvier 2008<sup>45</sup>, laissant le soin aux utilisateurs de Flickr de les tagger et de les commenter, afin de pouvoir créer les notices les plus fines et les plus détaillées possibles. Devant le succès de cette opération<sup>46</sup> – 11675 commentaires, 75143 tags ajoutés, 2712 notes ajoutées en quelques mois –, Flickr a lancé le projet « Flickr Commons », qui établit un dispositif de téléchargement et de publication des documents spécifiques pour les institutions culturelles, réglant notamment la question des droits d'auteur et de propriété intellectuelle<sup>47</sup>. La Bibliothèque Municipale de Toulouse a été la première bibliothèque française à participer au projet, en mettant en ligne en 2008 un fonds de photos, le fonds Trutat<sup>48</sup>.

---

<sup>43</sup> BIBLIOTHEQUE PUBLIQUE D'INFORMATION. *Compte Youtube : chaîne bpibeaubourg*. <http://www.youtube.com/user/BpiBeaubourg> [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>44</sup> BIBLIOTHEQUE DE TOULOUSE. *Compte MySpace : Le profil MySpace de la bibliothèque de Toulouse*. [En ligne] <http://www.myspace.com/bibliothequedetoulouse> [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>45</sup> BIBLIOTHEQUE DU CONGRES. *Compte Flickr*. [En ligne] [http://www.flickr.com/photos/library\\_of\\_congress/](http://www.flickr.com/photos/library_of_congress/) [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>46</sup> On peut consulter avec profit le rapport établi par la Bibliothèque du Congrès en octobre 2008 après quelques mois d'expérience. BIBLIOTHEQUE DU CONGRES. *For the Good : The Library of Congress Flickr Pilot Project*. [En ligne] Octobre 2008 [http://www.loc.gov/rr/print/flickr\\_report\\_final.pdf](http://www.loc.gov/rr/print/flickr_report_final.pdf) [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>47</sup> Voir sur le site de Flickr la rubrique consacrée au projet : [http://www.flickr.com/commons?GXHC\\_gx\\_session\\_id=6afecb2055a3c52c](http://www.flickr.com/commons?GXHC_gx_session_id=6afecb2055a3c52c) [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>48</sup> BIBLIOTHEQUE DE TOULOUSE. *Compte Flickr : Galerie de photos de la Bibliothèque de Toulouse*. [En ligne] <http://www.flickr.com/photos/bibliothequedetoulouse/> [Consulté le 28 novembre 2010]

### 1.3.7. Delicious

Delicious est un site web collaboratif reposant sur la création de signets et sur leur partage entre utilisateurs. Chaque inscrit peut sauvegarder ses marque-pages Internet, les commenter et les classer suivant le principe de folksonomie et décider de les rendre publics ou privés. Lors de la sauvegarde d'une page, les mots-clés les plus populaires dédiés à cette page sont proposés à l'internaute qui peut soit les suivre soit en créer de nouveaux. Il est possible de faire des recherches par mots-clés pour trouver des signets proches de ses centres d'intérêts et domaines de recherche : on peut ainsi, progressivement, se rapprocher d'utilisateurs partageant les mêmes centres d'intérêts et partager avec eux ses propres signets. Gratuit et consultable depuis n'importe quel poste Internet, Delicious permet, pour les bibliothèques, de proposer à leurs lecteurs une veille documentaire mise à jour et régulière. Les Bibliothèques de l'Université Paris 4 alimentent, chacune dans leur domaine, un compte Delicious, dans lequel les usagers peuvent effectuer des recherches par mots-clés mais également suivant des catégories de tags (*tag bundles*), qui les organisent par discipline<sup>49</sup>.

2009 a été une année charnière pour l'appropriation des réseaux sociaux par les bibliothèques françaises. Des plateformes comme Netvibes et Facebook, par leur renommée nationale et l'utilisation qu'en font les internautes français, ont rapidement su convaincre les bibliothécaires de leur intérêt pour améliorer la communication et la visibilité de la bibliothèque. Si des outils comme Twitter entrent timidement dans les mœurs, c'est également parce qu'ils sont moins connus et moins utilisés par les internautes français. L'inscription de la bibliothèque sur une telle plateforme risque donc de rester confidentielle. D'autres plateformes, de distribution et de partage notamment, comme Flickr et Delicious, si elles possèdent de réels avantages pour les bibliothèques, restent néanmoins réservées à une forme de valorisation des collections et de diffusion de l'information bien spécifiques, qui ne peut convenir à chaque établissement. La diversité des outils disponibles est donc un véritable atout pour varier la présence de la bibliothèque sur le web, pour permettre une communication large et pour valoriser des pans spécifiques de ses collections.

## 2. PATRIMOINE ET NUMERISATION

### 2.1. Notion de patrimoine

Le patrimoine est un des aspects structurants des bibliothèques françaises. Il est une composante fondamentale de l'organisation et du fonctionnement des bibliothèques sur le territoire français telles que nous les connaissons aujourd'hui. Longtemps réservées à un public de chercheurs et de spécialistes, les collections patrimoniales s'exposent davantage aujourd'hui et sont mieux connues du grand public, profitant des nombreux projets de numérisation dont elles sont les objets prioritaires. Il convient tout d'abord de définir ce que les bibliothèques comprennent aujourd'hui sous le terme de patrimoine.

---

<sup>49</sup> BIBLIOTHEQUES DE L'UNIVERSITE PARIS-SORBONNE 4. *Compte Delicious : Bibliothèques de l'Université Paris-Sorbonne (Paris-IV)'s bookmarks*. [En ligne] <http://www.delicious.com/bibliparis4> [Consulté le 28 novembre 2010]

### 2.1.1. Définition

Par patrimoine, on entend un ensemble de biens matériels ou immatériels, aux qualités esthétiques ou historiques certaines, appartenant à une personnalité privée ou publique. L'idée d'héritage est véhiculée par ce terme, héritage qui est légué par les générations passées et que les générations actuelles, par obligation morale, doivent respecter, préserver et transmettre aux générations futures. Le patrimoine a également un caractère d'appartenance à la collectivité nationale, c'est un bien public à la disposition de tous, un enjeu culturel.

Le patrimoine des bibliothèques est souvent synonyme de patrimoine du livre, « livresque ». Mais devant la diversité des ressources patrimoniales conservées en bibliothèque, on préfère désormais utiliser le terme de patrimoine écrit et graphique (PEG), usité uniquement en France, terme qui permet ainsi d'inclure des documents que l'adjectif livresque excluait jusque là. Sont ainsi pris en compte aussi bien les manuscrits que les imprimés mais également les affiches, journaux, estampes etc. Les collections patrimoniales des bibliothèques ne s'arrêtent pourtant pas à ce PEG : en effet, la diversification des modes culturels depuis le XIX<sup>e</sup> siècle a considérablement développé le patrimoine conservé par les bibliothèques. Ainsi, les documents musicaux, photographiques, cinématographiques, audiovisuels etc. ont trouvé leur place aux côtés des collections patrimoniales plus traditionnelles, notamment grâce au dépôt légal qui a pris en compte cet état de fait.

En parallèle de la reconnaissance de ces nouvelles collections, la notion de patrimoine s'est également enrichie grâce aux recherches et études des historiens. En effet, des documents longtemps mis de côté font désormais l'objet d'étude au même titre que les manuscrits, estampes etc. : il s'agit par exemple des ouvrages de la bibliothèque bleue, des livres pour enfants, mais également des éphémères. Ainsi, le patrimoine s'enrichit progressivement par le regard que portent non seulement les chercheurs, mais également les bibliothécaires, les archivistes voire le grand public sur divers documents. Il regroupe à la fois le contenu et le contenant, un livre pouvant être admiré uniquement pour sa reliure ou, au contraire, par la rareté de son édition. Comme l'écrit Frédéric Barbier, directeur de recherche au CNRS et directeur d'études à l'École pratique des hautes études, « Il s'agit donc d'un patrimoine de caractère très diffus, qui est constitué d'une infinité d'objets de nature extrêmement variée<sup>50</sup>. » Il ajoute également que « Contrairement à la représentation du sens commun, le patrimoine n'existe donc pas *a priori*, il n'est pas donné comme une évidence, mais il se construit, il est construit et résulte d'un travail de production combinant transmission, interprétation et réinterprétation<sup>51</sup>. » Chaque document, chaque objet peut donc potentiellement faire partie du patrimoine.

On constate également, depuis la fin du XX<sup>e</sup> siècle, un attachement plus affirmé des Français au patrimoine, que l'on songe notamment au succès des Journées du patrimoine, instaurées en France en 1984 et qui, chaque année, battent des records de mobilisation. Les importantes évolutions qu'a connues la société française depuis 1945 sont une explication de cet intérêt renouvelé des Français pour le patrimoine, de ce qu'on a pu appeler le « retour aux sources ». Si les Journées du patrimoine sont l'exemple parfait de ce phénomène, on n'oubliera cependant pas que le patrimoine est ici souvent identifié au patrimoine muséal et monumental, plus médiatisé que le PEG,

---

<sup>50</sup> BARBIER, Frédéric. « Patrimoine, production, reproduction », in *BBF*, 2004, n° 5, p. 11-20

[En ligne] <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2004-05-0011-002> [Consulté le 21 novembre 2010]

<sup>51</sup> *Ibid.*

comme le rappelle André-Pierre Syren<sup>52</sup>, directeur des Bibliothèques-Médiathèques de Metz. La dénomination des collections patrimoniales des bibliothèques est alors transformée, pour la rendre plus compréhensive mais également plus attractive, comme le constate Agnès Marcetteau, directrice de la Bibliothèque municipale et du musée Jules Verne de Nantes : « au terme de patrimoine écrit jugé peu mobilisateur, on préfère souvent les fonds anciens, rares ou précieux<sup>53</sup> ». On voit ici comment le patrimoine des bibliothèques est assimilé à l'ancien, voire uniquement à la Réserve.

L'évolution de la notion de patrimoine mais également sa prise en compte plus complète au fil des décennies par les bibliothèques françaises participent à la volonté de celles-ci de lui donner une place plus visible au sein de leurs collections.

### **2.1.2. La place des collections patrimoniales au sein des bibliothèques françaises**

Valérie Tesnière analyse ainsi l'enjeu que représentent les fonds patrimoniaux présents dans les bibliothèques françaises :

« L'image véhiculée par ces fonds, qui ont en France des caractéristiques originales, est le reflet d'une relation passionnelle, alternant rejet, embarras, réhabilitation, éléments peu propices à un engagement des pouvoirs publics dans la durée<sup>54</sup>. »

L'héritage de la Révolution française a longtemps pesé sur la place du patrimoine dans les bibliothèques françaises : considéré comme l'apanage des bibliothèques savantes, destinées aux chercheurs et érudits, sa mise à disposition du public, en tant que bien national, a vite été oubliée. Les fonds patrimoniaux étaient des collections qui se conservaient bien plus qu'elles ne se diffusaient, ne se communiquaient.

Les années 1980 voient l'émergence de la notion de patrimoine culturel et sa mise en lumière. L'année 1980 est déclarée « Année du patrimoine en France », les Journées du patrimoine sont mises en place à partir de 1984 et en 1985, Jean-Pierre Rioux évoque l'« émoi patrimonial<sup>55</sup> » qui touche la France de cette décennie. Le patrimoine est devenu un véritable enjeu culturel et touristique tant pour l'État que pour les collectivités locales. Les budgets s'étoffent et des campagnes de conservation préventive et de restauration sont mises en place, à la suite, notamment, du rapport de Louis Desgraves paru en 1982, *Le patrimoine des bibliothèques*. Ces dernières années, la question du signalement des fonds patrimoniaux progresse, notamment grâce au développement de l'informatique et des catalogues en ligne. La collaboration et la mutualisation des compétences et des ressources est plus aisée et, grâce à Internet, les documents catalogués sont bien mieux visibles par le public.

Avec le développement de la numérisation des fonds des bibliothèques, la question de la place des collections patrimoniales renvoie à de nouveaux usages et à une nouvelle vie de ces documents. À la collection physique présente dans les magasins de la bibliothèque s'ajoute la collection numérique. Ces deux formes de collection ne sont pourtant pas différentes par essence comme l'expliquent ci-après Frédéric Martin et Emmanuelle Bermès, conservateurs à la BnF. Il s'agit avant tout d' :

---

<sup>52</sup> SYREN, André-Pierre. « Le patrimoine : un projet éditorial », *BBF*, 2009, n° 1, p. 14-19

[En ligne] <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2009-01-0014-001> [Consulté le 21 novembre 2010]

<sup>53</sup> MARCETTEAU, Agnès. « La place du patrimoine dans les bibliothèques », in *Le Patrimoine : Histoire, pratiques et perspectives*, p. 163.

<sup>54</sup> TESNIERE, Valérie. « Patrimoine et bibliothèques en France depuis 1945 », in *BBF*, 2006, n° 5, p. 72-80

[En ligne] <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2006-05-0072-002> [Consulté le 21 novembre 2010]

<sup>55</sup> RIOUX, Jean-Pierre. « L'émoi patrimonial », in *Le Temps de la réflexion*, 1985, n°6, p. 39-48

« un ensemble cohérent de documents, établi en vue d'un usage précis, faisant l'objet d'une gestion. (...) Définition large, qui rend compte de la diversité des fonds conservés dans les bibliothèques, mais qui convient aussi parfaitement à la pluralité des collections numériques<sup>56</sup>. »

Ce sont dans les modalités de constitution d'une collection numérique que l'on retrouve les spécificités et l'intérêt de ce nouveau type de collection documentaire. Ces collections peuvent répondre à des intérêts variés, comme la mise en valeur d'un patrimoine local ou la mise à disposition de documents de référence pour une communauté spécifique (chercheurs, étudiants). De plus, le numérique permet de recréer virtuellement des collections qui ont été dispersées par les aléas de l'histoire et de créer des collections documentaires complètes et cohérentes. Ainsi, Gallica s'enrichit régulièrement de l'apport de collections numérisées de bibliothèques partenaires : sa collection en histoire de la médecine a été complétée par les documents numérisés mis en ligne par Medic@, bibliothèque numérique de la Bibliothèque interuniversitaire de médecine.

Cette évolution de la conception et de la prise en compte des collections patrimoniales tend aujourd'hui à satisfaire tous les publics : le public de chercheurs, dont ces collections constituent un objet de recherche important, grâce aux réalisations en matière de signalement, de consultation mais également le grand public, dont la curiosité concernant les fonds patrimoniaux va grandissante. Le nombre important d'expositions patrimoniales ainsi que la diversité des objets exposés confirme cet enthousiasme. On peut citer comme exemple l'exposition réalisée autour du roi Arthur et de la légende de la Table Ronde, en partenariat avec la Bibliothèque des Champs Libres de Rennes, la Bibliothèque nationale de France et la Médiathèque de l'agglomération troyenne de 2009 à 2010. Ce type de manifestation de grande envergure, à laquelle on peut ajouter le développement de la sensibilisation auprès des jeunes générations, par la création d'ateliers autour du patrimoine en bibliothèques, par le partenariat entre écoles et bibliothèques pour faire découvrir et connaître aux enfants le patrimoine prouve que l'enjeu autour des questions patrimoniales est réel.

Les progrès réalisés en matière de numérisation et de diffusion des données sont une véritable chance pour les fonds patrimoniaux :

« Le numérique permet également à la bibliothèque patrimoniale de dépasser la contradiction communication/conservation et d'intégrer pleinement une des valeurs les plus significatives de la lecture publique : la démocratisation<sup>57</sup>. »

## **2.2. Valorisation des documents patrimoniaux numérisés en ligne**

### **2.2.1. Les bibliothèques numériques françaises**

La question de la numérisation des fonds patrimoniaux et de leur mise en ligne recouvre deux principales motivations : un souci de conservation et de préservation des documents et une volonté de diffuser et de communiquer largement les documents numérisés. Comme le constate Florence Belot, responsable de la Bibliothèque universitaire de Lorient : « Les technologies numériques ont offert [aux bibliothèques]

---

<sup>56</sup> BERMES, Emmanuelle, MARTIN, Frédéric, « Le concept de collection numérique », in *BBF*, 2010, n° 3, p. 13-17 [en ligne] <http://bbf.enssib.fr/> [Consulté le 30 novembre 2010]

<sup>57</sup> BELOT, Florence. « Silences et représentations autour du public du patrimoine », in *BBF*, 2004, n° 5, p. 51-56 [En ligne] <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2004-05-0051-009> [Consulté le 21 novembre 2010]

cette occasion d'associer patrimoine et modernité et d'inscrire leur activité dans la logique d'ouverture et de communication qui caractérise la lecture publique<sup>58</sup>. » (...)

Patrimoine et modernité d'une part, car désormais les documents les plus anciens sont consultables sur des formats nouveaux, évolutifs, qui permettent ainsi de préserver les documents originaux de la communication physique et potentiellement risquée et également de rendre communicables des documents fragiles et difficilement manipulables. La consultation même des documents s'en trouve améliorée grâce au confort de lecture que peut apporter le numérique.

Ouverture et communication d'autre part, grâce aux possibilités qu'offrent les documents numériques. Les services rendus aux usagers se trouvent ainsi améliorés, modernisés : l'accès aux documents est plus aisé, il peut se faire en permanence, à distance, de manière simultanée entre plusieurs documents. Le format numérique est souple, ce qui permet à chaque usager d'adapter sa lecture, son utilisation du document à ses propres besoins mais également à la bibliothèque de pouvoir tirer le document de son fonds, de sa collection et de pouvoir l'utiliser dans des contextes variés, par exemple lors d'expositions virtuelles. Usagers et bibliothèques peuvent ainsi proposer chacun leurs propres collections numériques, établies suivant des intérêts différents et qui par le biais de signets ou par simple téléchargement peuvent être mises en ligne et partagées avec une communauté plus large. Le numérique permet ainsi une véritable appropriation du document, dont la valeur est redéfinie par l'usage et le contexte d'utilisation. Le document est enrichi par le travail des chercheurs.

Si l'atout de la numérisation et de la mise en ligne des documents est évident, le panorama de la numérisation en France est très varié. La Bibliothèque nationale de France, avec Gallica, possède la bibliothèque numérique la plus riche de France : plus de 1,3 million de documents sont disponibles en ligne<sup>59</sup>. Cette bibliothèque, à la fois encyclopédique et patrimoniale, offre gratuitement à tout lecteur la possibilité de découvrir des documents sur des thèmes et des supports divers. Depuis 2008, un programme de numérisation de masse des documents de la BnF alimente Gallica de 2500 nouveaux documents par semaine<sup>60</sup>. Enrichie également par les collections numériques de ses partenaires, Gallica est, à ce jour, la seule bibliothèque numérique française à proposer une collection numérique si riche et variée. Les fonds numérisés des bibliothèques municipales touchent majoritairement les documents relatifs à l'histoire locale et les fonds patrimoniaux sont prioritairement numérisés, comme le confirme la majorité des documents mis en ligne par la Bibliothèque numérique de Roubaix<sup>61</sup>, par exemple.

Si les initiatives sont nombreuses, elles sont en revanche très hétérogènes : la numérisation se fait le plus souvent par petits projets qui ne sont pas cohérents entre eux, et se poursuit une fois le plan terminé par une numérisation à la demande, document par document, encore une fois sans lien logique après les documents numérisés précédemment. Un recensement et un signalement des programmes de numérisation français est en cours<sup>62</sup>. Deux initiatives, Patrimoine numérique<sup>63</sup> pour la sphère culturelle et NUMES<sup>64</sup> pour les établissements et organismes d'enseignement supérieur et recherche, ont pour vocation de recenser et signaler les collections

---

<sup>58</sup> *Ibid.*

<sup>59</sup> Gallica. [En ligne] <http://gallica.bnf.fr/> [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>60</sup> BIBLIOTHEQUE NATIONALE DE FRANCE. *Bibliothèques numériques-Gallica*. [En ligne] [http://www.bnf.fr/fr/collections\\_et\\_services/bibliothèques\\_numeriques\\_gallica.html](http://www.bnf.fr/fr/collections_et_services/bibliothèques_numeriques_gallica.html) [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>61</sup> BIBLIOTHEQUE MUNICIPALE DE ROUBAIX. *Bibliothèque numérique de Roubaix*. [En ligne] <http://www.bn-r.fr/fr/decouvrir-collection.php> [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>62</sup> RACINE, Bruno. *Schéma numérique des bibliothèques*. Décembre 2009. [En ligne] <http://lesrapports.ladocumentationfrancaise.fr/BRP/104000143/0000.pdf> [Consulté le 28 novembre 2010], p. 16 et suivantes.

<sup>63</sup> *Patrimoine numérique*. [En ligne] <http://www.numerique.culture.fr/mpf/pub-fr/index.html> [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>64</sup> NUMES [En ligne] <http://www.numes.fr/numes/mainMenu.html> [Consulté le 28 novembre 2010]

numérisées et les projets de numérisation. Ces outils constituent à la fois un outil de pilotage de la numérisation des fonds culturels en France mais permettent également pour les établissements de faire connaître leurs projets et repérer des initiatives complémentaires. La BnF, depuis 2008, effectue également un recensement de projets de numérisation réalisés, en cours ou à venir sur des thématiques précises. Cependant, le recensement exhaustif des projets de numérisation n'est toujours pas atteint. L'existence de ces trois outils rendent difficiles une vision d'ensemble des programmes de numérisation en France. De même, il est difficile de connaître le sort d'un document spécifique.

S'il y a tout de même beaucoup d'initiatives et que de nombreux corpus sont numérisés, seuls 55% des documents sont mis en ligne, c'est-à-dire librement et facilement accessibles par tous grâce au web. Une recherche « Bibliothèque numérique » dans le Catalogue Collectif de France met en évidence 147 bibliothèques numériques actuellement disponibles. Pourtant, la question de la mise en ligne des documents est directement liée à celle de leur visibilité. La création de bibliothèques numériques, de portails, est destinée à améliorer la visibilité des corpus numérisés, en permettant leur accès par un site spécifique et surtout en regroupant les corpus d'une même bibliothèque, comme l'a fait la Médiathèque de l'agglomération troyenne avec son portail *Patrimoine*<sup>65</sup>. C'est également l'occasion pour plusieurs établissements d'une même région de mettre en commun leurs compétences, les financements, leurs ressources pour créer en ligne une plateforme de distribution et de consultation des documents qui offrent des modalités de consultation des documents plus ergonomiques, plus confortables et par là même plus adaptés aux besoins des usagers.

En effet, un projet de bibliothèque numérique, outre le coût important de sa réalisation et de son fonctionnement, doit être pensé selon un public donné et suivant ses usages supposés ou à venir, ce qui permettra de justifier la sélection des corpus numérisés consultables dans la bibliothèque et également les choix technologiques adoptés pour mettre en place le projet. La coopération, qui se développe aujourd'hui surtout dans le cadre des régions, est un moyen efficace pour trouver des solutions de bibliothèques numériques viables, selon les conditions exposées ci-dessus, et pour trouver des financements à la hauteur des projets. Ainsi, la Banque nationale du savoir d'Aquitaine a pu profiter de Contrats État-Région qui ont en partie financé le projet, pour aboutir à une coopération de dizaines de partenaires culturels régionaux qui ont mutualisé et valorisé leurs ressources patrimoniales numérisées grâce à un portail commun<sup>66</sup>.

De même, l'enrichissement régulier de Gallica est possible notamment grâce au partenariat des bibliothèques pôles associés. Une politique de numérisation partagée a été mise en place par la BnF et ses Pôles associés : elle leur apporte un financement à hauteur de 50% et un soutien technique et scientifique. Cette politique s'appuie sur deux objectifs : coordonner l'effort national en faveur du numérique et développer l'interopérabilité des bibliothèques numériques avec Gallica ; favoriser le signalement et la valorisation du patrimoine écrit. Des programmes thématiques sont déjà en œuvre, comme celui consacrés aux sciences juridiques, effectués en partenariat avec la bibliothèque Cujas. Ces programmes de numérisation concertée sont lancés aussi bien au niveau national, qu'au niveau régional, en s'appuyant sur les Pôles associés régionaux.

La coopération devient un des enjeux principaux dans les projets de numérisation, du fait de l'importance des coûts déjà évoqués, mais également pour le travail sur les métadonnées produites lors de la numérisation des documents : favoriser la normalisation des formats, savoir conserver et archiver les métadonnées et les

---

<sup>65</sup> MEDIATHEQUE DE L'AGGLOMERATION TROYENNE. *Patrimoine*. [En ligne] <http://patrimoine.grand-troyes.fr/medias/medias.aspx?INSTANCE=EXPLOITATION> [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>66</sup> PORTAIL AQUITAINE PATRIMOINE. [En ligne] <http://bnsa.patrimoines.aquitaine.fr/> [Consulté le 28 novembre 2010]

documents numérisés mais également savoir échanger entre établissements. L'interopérabilité des portails donnant accès à des fonds numérisés est au cœur des questions de signalement et de visibilité des collections. Grâce au protocole OAI-PMH<sup>67</sup>, les portails deviennent ainsi fédérateurs, et par moissonnage, récupèrent les données d'autres bibliothèques, pour enrichir la leur mais également donner un autre accès aux documents moissonnés. On peut citer ici l'exemple de Gallica et de ses Pôles associés. Ce processus est aussi un premier pas vers l'amélioration du référencement des collections numérisées par les moteurs de recherche, question essentielle pour la visibilité des documents.

La mise en ligne de documents numérisés par une bibliothèque, notamment *via* une bibliothèque numérique, répond donc à plusieurs objectifs : la mise en place d'un système de recherche documentaire et d'une interface proposant à la fois des services (impressions, flux RSS, vocalisation des textes etc.) et des fonctionnalités pour l'utilisateur. Le but est de multiplier les interactions avec l'utilisateur grâce à l'indexation, la foliosonomie et donc de lui permettre d'enrichir les contenus produits par l'établissement mais également de lui donner la possibilité de mieux s'approprier le document (espace de travail, archivage personnel, notes, etc.)

### 2.2.2. Réflexion juridique autour des documents numérisés

La mise à disposition des documents numérisés s'appuie sur une réflexion juridique, sur les droits touchant les documents et leurs auteurs. Avant la mise en ligne de ressources, la bibliothèque doit bien entendu détenir des informations précises sur les droits régissant les documents (qui en est le propriétaire, l'auteur ? ; quelles seront les conditions de diffusion et d'utilisation des ressources ? ; quels usages seront autorisés et à quelles conditions ? ). Il convient donc d'avoir toujours en tête les grands principes du droit d'auteur et de la propriété intellectuelle, des droits patrimoniaux et du droit moral<sup>68</sup>, ainsi que de la nouvelle loi DADVSI de 2006, relative au droit d'auteur et aux droits voisins dans la société de l'information.

Il faut cependant préciser ici que, à de rares exceptions, les documents patrimoniaux numérisés par les bibliothèques relèvent du domaine public. Ils sont donc libérés d'une partie des droits d'auteur, des droits patrimoniaux. La question de leur mise en ligne, de leur utilisation et de leur réutilisation par les usagers n'en reste pas moins capitale. Lors de la journée de l'IABD, sur le sujet « Numériser et après ? », tenue le 4 juin 2009, Lionel Maurel, coordinateur scientifique au sein du service Pôles associés/Gallica, fait le constat du flou qui persiste en matière de droits autour des documents numérisés, en s'appuyant notamment sur l'exemple des bibliothèques numériques françaises<sup>69</sup>. Après avoir constaté que près du tiers de ces bibliothèques ne présentait aucune mention légale, il remarque que leur attribution est souvent erronée, qu'elle soit incomplète ou inexacte. Derrière cette confusion sur le statut juridique des documents libres de droit et numérisés se cache la question de la réutilisation de ces ressources. La souplesse de la numérisation et les possibilités de l'Internet sont des conditions idéales pour l'échange

---

<sup>67</sup> Open Archives Initiative Protocol for Metadata Harvesting

<sup>68</sup> On peut consulter la rubrique « Pour les professionnels », l'onglet « Gérer les droits » du site de la Bibliothèque nationale de France : [http://www.bnf.fr/fr/professionnels/gerer\\_les\\_droits/i.gerer\\_droits\\_auteurs/s.numerisation\\_droits\\_auteurs\\_intellectuel.html?first\\_Rub=oui](http://www.bnf.fr/fr/professionnels/gerer_les_droits/i.gerer_droits_auteurs/s.numerisation_droits_auteurs_intellectuel.html?first_Rub=oui) [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>69</sup> MAUREL, Lionel. « Bibliothèques numériques et mentions légales : un aperçu des pratiques en France », in *Journée d'étude de l'Interassociation Archives Bibliothèques et Documentation : Numériser les œuvres du domaine public, et après ? Diffusion, réutilisation, exploitation : des objectifs contradictoires ?* Paris, 4 juin 2009 [En ligne] <http://www.iabd.fr/IMG/pdf/IABD2009-NumDomPub-4.pdf> [Consulté le 28 novembre 2010]

de documents, leur partage et leur communication, à des fins diverses, à un public plus ou moins large. Cependant, la restriction de droits, les interdictions précisées sont de véritables freins à cet échange potentiellement illimité. L'apparition de licences libres, comme les Creative Commons, a pour objectif d'encourager la circulation des œuvres, leur partage, en proposant aux auteurs une alternative légale pour la protection de leur œuvre et moins restrictives le droit d'auteur et le copyright.

Dans le cadre de la réflexion sur la réutilisation des documents patrimoniaux numérisés, augmenter les occasions de réutilisation est une véritable chance pour les bibliothèques, leur permettant d'assurer leur visibilité et leur notoriété en tant qu'institutions culturelles et de toucher des nouveaux publics. Dans la même journée de l'IABD, Bernard Ory-Lavollée, conseiller à la Cour des comptes, présente ainsi ces avantages :

« La réutilisation représente un vrai saut conceptuel pour ces institutions, puisqu'elle consiste à délivrer les contenus de son patrimoine à des tiers et à leur laisser la responsabilité d'une diffusion plus ou moins large, sous des formes qu'ils choisissent. Il s'agit donc pour les institutions de reconnaître que la « contemplation » des œuvres peut prendre la forme de la réappropriation, de la transformation et de la circulation qui caractérisent les usages actuels d'Internet. Il s'agit aussi d'accepter que les réutilisations soient, sur les sites tiers, associées à des services n'ayant rien de culturel et, dans les deux cas, de laisser la diffusion des œuvres échapper en partie, mais non sans régulation, aux professionnels de la culture<sup>70</sup>. »

Ce dernier passage prend tout son sens quand on pense notamment au succès de la mise en ligne par la bibliothèque du Congrès de milliers de photographies sur la plateforme de distribution Flickr. Ce partenariat, suivi par une vingtaine d'autres établissements, a permis la création de Flickr Commons, une licence propre aux images déposées sur la plateforme.

La question des droits relatifs aux documents patrimoniaux et numérisés est encore balbutiante et il n'existe pour l'instant aucune solution collective. Les initiatives restent locales, conséquence souvent du manque de connaissance que les bibliothécaires ont du paysage juridique français. Il est cependant nécessaire de prendre une décision à ce sujet, qui serait valable pour l'ensemble des établissements proposant des documents numérisés, car la méconnaissance et l'absence de décision mènent les bibliothèques à restreindre leur politique de communication et par là même leur visibilité sur le web. Ainsi, de nombreuses bibliothèques ne permettent la consultation de leurs documents numérisés qu'après identification du lecteur, ce qui suppose son inscription préalable<sup>71</sup>. Cette solution permet à la fois de ne pas décider véritablement en matière de droits mais également d'obliger le lecteur à passer par le site institutionnel et la bibliothèque numérique, qui deviennent alors les seuls moyens d'accéder aux documents.

On comprend que le numérique est une opportunité de développement et de conquête de nouveaux publics, mais qu'il demeure encore difficile à maîtriser dans ses aspects techniques, économiques et juridiques. Cependant, le développement des collections patrimoniales

---

<sup>70</sup> ORY-LAVOLLEE, Bruno. « Les enjeux de la réutilisation du patrimoine culturel numérisé », in *Journée d'étude de l'Interassociation Archives Bibliothèques et Documentation : Numériser les œuvres du domaine public, et après ? Diffusion, réutilisation, exploitation : des objectifs contradictoires ?* Paris, 4 juin 2009 [En ligne] <http://www.iabd.fr/IMG/pdf/IABD2009-NumDomPub-2.pdf> [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>71</sup> La bibliothèque francophone de Limoges propose ainsi un accès identifié pour ces trésors numérisés : BIBLIOTHEQUE FRANCOPHONE DE LIMOGES. *Les trésors de la BFM*. [En ligne] [http://www.bm-limoges.fr/collections\\_numeriques.html?PHPSESSID=d8975a88732b3402702e87ffff352777](http://www.bm-limoges.fr/collections_numeriques.html?PHPSESSID=d8975a88732b3402702e87ffff352777) [Consulté le 28 novembre 2010]

numérisées, en parallèle d'outils web de plus en plus performants sont un véritable enjeu pour améliorer la visibilité des bibliothèques sur le web, et parmi les internautes.

### **3. ENJEUX DES RESEAUX SOCIAUX POUR LES BIBLIOTHEQUES**

Les réseaux sociaux sont désormais les sites Internet les plus fréquentés et les plus utilisés par les internautes. En considérant les fonctionnalités qu'ils développent, il est indispensable pour les bibliothèques de réfléchir à leur présence sur ces sites. Les atouts sont nombreux. De plus, ces réseaux sociaux sont une opportunité pour les établissements de mettre en valeur le patrimoine qu'elles ont pu numériser. Si les critiques à l'encontre des sites de réseaux sociaux sont nombreuses et bien souvent fondées, les bibliothèques françaises ont cependant la possibilité de tirer partie des plateformes qu'elles souhaitent investir, sans mettre en danger ni leurs missions ni leurs collections.

#### **3.1. Une meilleure présence de la bibliothèque sur le web**

La première raison pour les bibliothèques de vouloir être présentes sur les réseaux sociaux dépend directement de l'immense succès de ceux-ci : il s'agit d'avoir sa place sur des sites qui attirent chaque jour des milliers, voire des millions de visiteurs et d'habités.

##### **3.1.1. Élargir son audience**

Si les bibliothèques sont de plus en plus présentes sur le web, leur visibilité n'est pourtant pas acquise par les internautes. Les sites institutionnels sont de plus en plus étoffés mais leur fréquentation n'est pas pour autant accrue : en effet, pour accéder à un site, encore faut-il connaître son existence. Lors des journées de l'ABF en juin 2010, Lionel Maurel a défini un modèle d'utilisation du web, « le modèle du restaurant » dans lequel la bibliothèque propose des ressources à l'utilisateur, par le biais de son site web : c'est donc à l'utilisateur de se déplacer pour les consulter<sup>72</sup>. Cependant, le site institutionnel, véritable vitrine de la bibliothèque sur Internet, n'est pas utilisé par les internautes comme les bibliothécaires pensent qu'il devrait l'être : les internautes s'y retrouvent souvent par le biais d'une recherche préalable et non pas en y accédant directement. De fait, nombreux sont les usagers qui ignorent les services de la bibliothèque. Rudolf Mumenthaler, *innovation manager* à la ETH-Bibliothek de Zürich, lors du Congrès de l'IFLA d'août 2010, explique clairement les espoirs fondés dans les possibilités du web 2.0 :

« Nous adresser directement à tous les usagers ; Nous adresser directement à certains groupes cibles spécifiques ; Rencontrer les usagers là où ils sont ; Bâtir une communauté ; Avoir des retours de la part de nos usagers ; Avoir la réputation d'une institution moderne

---

<sup>72</sup>MAUREL, Lionel. « Être là où le public passe », in *Journée de l'Association des bibliothèques françaises : Les bibliothèques à l'heure du numérique*. Paris, 14 juin 2010. [En ligne] <http://www.slideshare.net/Bibliolab/maurel-abf-14-juin-2010-etre-l-o-le-public-passe> [Consulté le 28 novembre 2010]

avec des services à la page<sup>73</sup> ». Au modèle du restaurant se substitue celui de la pêche, où la bibliothèque se développe « hors les murs ».

L'internaute a ainsi plus de chances de tomber sur des informations issues de la bibliothèque, mais disséminées sur tout le web et permettant de revenir à la source de l'information, le site web.

En misant sur les réseaux sociaux, la bibliothèque accroît ses chances d'élargir son audience. Il suffit de penser aux générations nouvelles, les *digital natives*, et à leurs habitudes sur le web. En s'inscrivant sur un réseau social, la bibliothèque prend en considération cette évolution et fait la démarche d'aller vers l'utilisateur, d'adapter à ses propres habitudes plutôt que de le forcer à s'habituer à celles de la bibliothèque, qui de son point de vue ne sont pas toujours claires ni utiles. Elle entre dans la vie quotidienne de l'utilisateur et fait appel à ses standards et à ses automatismes dans le domaine de la communication.

Cette notion de communication reste essentielle dans le principe des réseaux sociaux. Comme l'écrit Olivier Tacheau, directeur du Service commun de la documentation d'Angers : « Trop communiquer sur une action banale est aussi grave que de ne pas bien ou assez communiquer sur une action géniale<sup>74</sup>. » Si c'est à la bibliothèque de définir sa politique générale de communication, les réseaux sociaux offrent la possibilité d'en créer une spécifique, grâce aux internautes. L'échange et le partage des informations entre internautes, par le biais des réseaux sociaux, provoquent un phénomène de dissémination, qui permet aux informations de toucher un public bien plus large que celui initialement visé par la bibliothèque. Ainsi, comme on l'a dit, Twitter permet à ses utilisateurs de retweeter les informations publiées sur un fil : l'utilisateur qui retweet met ainsi en avant une information sur son propre fil, ce qui augmente ses chances d'être vue par des utilisateurs différents et surtout d'être à nouveau retweeté. Facebook propose également de partager les posts publiés par ses utilisateurs. L'information circule ainsi de murs en murs, et, par un effet boule de neige, est de plus en plus vue et commentée pouvant donner naissance à un « buzz ». Ces réseaux sociaux ont d'ailleurs développé des raccourcis « Partager », que chaque bibliothèque peut insérer dans les différentes pages et rubriques de son site internet. D'un simple clic, l'utilisateur peut ainsi partager une information intéressante sur le ou les réseaux sociaux qu'il utilise.

Les atouts du partage viennent se mêler à ceux de la recommandation. Une information qui a intéressé un ami, un membre de notre réseau nous touchera plus facilement qu'une information anonyme. Olivier Erzscheid, maître de conférences en sciences de l'information à l'université de Nantes, évoque ici les enjeux de la recommandation :

« Pour capter l'économie de l'attention, pour permettre à un internaute de choisir tel site ou tel produit plutôt que tel autre, l'une des techniques majeures consiste à faire remonter de manière prioritaire les conseils ou recommandations de son cercle relationnel, du plus proche au plus éloigné<sup>75</sup> ».

Cette stratégie, lavée de toute visée commerciale, est évidemment un atout pour les bibliothèques elles-mêmes.

Poster une information ou un document sur un réseau social ne consiste pas seulement à le proposer à son propre public et aux personnes qui nous suivent, il s'agit également d'avoir la

---

<sup>73</sup> MUMENTHALER, Rudolf. « Library Marketing 2.0 : Experiences of the ETH-Bibliothek with Social Media », in *IFLA Preconference : Marketing Libraries in a Web 2.0 World*. Stockholm, août 2010 [En ligne]

<http://www.slideshare.net/ruedi.mumenthaler/mumenthalermarketing20-4922085> [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>74</sup> TACHEAU, Olivier. « La bibliothèque contre-attaque », in *Le Nombriol de Belle-Beille*, 6 novembre 2010. [Billet en ligne] <http://tacheau.wordpress.com/> [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>75</sup> ERZSCHEID, Olivier. « Prescriptions et recommandations. Des pairs et des tiers », in *Affordance.info*, 4 octobre 2010. [Billet en ligne] [http://affordance.typepad.com/mon\\_weblog/2010/10/prescription-et-recommandation-des-pairs-et-des-tiers.html](http://affordance.typepad.com/mon_weblog/2010/10/prescription-et-recommandation-des-pairs-et-des-tiers.html) [Consulté le 28 novembre 2010]

possibilité de les proposer et de les partager avec le réseau public. Un deuxième cercle de réception se crée ainsi, propre aux fonctionnalités mêmes des réseaux sociaux. On peut songer au « j'aime »  de Facebook qui permet à chaque utilisateur de signifier instantanément son intérêt pour un sujet et par la même occasion de le rendre plus attractif aux yeux de son réseau. Le fonctionnement de Facebook est en partie centré sur l'activation du bouton « j'aime » : les posts qui ont été le plus souvent « aimés » reviennent plus fréquemment sur le fil d'actualité.

Chaque média social, dans l'esprit du web 2.0 qui offre la possibilité à chaque internaute d'interagir avec toute information présente sur le web, propose une zone de commentaires à ses utilisateurs. En s'inscrivant sur ces médias, la bibliothèque permet à chacun de ses utilisateurs de réagir directement sur les informations et les documents qu'elle poste. Et plus un document est commenté, plus il est susceptible de provoquer un intérêt dans le réseau de chaque internaute ayant commenté. De même, si l'on constate que l'un de nos contacts commente, aime régulièrement les posts d'une personne ou d'une institution, cela peut éveiller l'attention, amener à aller visiter directement le profil ou la page en question et peut-être à l'ajouter à nos propres contacts. Et recevoir ainsi directement les informations sur notre propre profil ou page etc.

### **3.1.2. Une nouvelle image pour le patrimoine des bibliothèques**

Les progrès réalisés en matière de numérisation et de mise en ligne des documents sont donc une véritable opportunité pour les bibliothèques de mieux faire connaître le patrimoine au public le plus large possible. Ces techniques correspondent parfaitement à la notion de service public, de service aux publics qui animent les bibliothèques.

Cet intérêt renouvelé porté au patrimoine et les opportunités qu'il procure en faveur de la bibliothèque font de la mission de valorisation des collections une mission essentielle du bibliothécaire. L'objet numérique en lui-même est anodin, ce sont les moyens de valorisation qui se créent autour qui lui offrent une véritable plus-value. La mise en place de collections patrimoniales numérisées sur des réseaux sociaux permet aux bibliothécaires d'utiliser les fonctionnalités de ces sites, pour accroître la visibilité de leur patrimoine sur le web général. Ainsi, en mettant ses photos à disposition sur Flickr, la Bibliothèque du Congrès a pu profiter des possibilités de visualisation du document offertes par le site.

Les partenariats se développent entre bibliothèque et outils web 2.0 pour utiliser les ressources et les connaissances des internautes, sur des ouvrages numérisés et tombés dans le domaine public : ainsi, en avril 2010, la Bibliothèque nationale de France a signé un accord avec Wikimedia, pour rendre consultables sur Wikisource les transcriptions de 1400 ouvrages libres de droit, sur lesquelles les internautes vont pouvoir librement agir, pour modifier ou enrichir les transcriptions.

Aux possibilités sociales qu'offrent les médias sociaux s'ajoute ainsi une dimension technique non négligeable. Ces deux aspects se mêlent dans la réflexion globale concernant la présence d'une bibliothèque sur un réseau social.

## **3.2. Maîtriser son identité numérique**

La présence accrue de la bibliothèque sur le web pose également la question de son identité numérique. Prenons l'exemple des différents comptes Facebook de la Bibliothèque Nationale Universitaire de Strasbourg. Si la bibliothèque possède à la fois

un groupe et une page dédiés à la Bibliothèque, créés respectivement en 2008 et en 2010, certains de ses usagers ont créé leur propre page intitulée « BNU-Boîte de Nuit Universitaire (Strasbourg) »<sup>76</sup>. On comprend vite que les informations déposées sur cette page, qui échappe totalement au contrôle de la BNUS, ainsi que le nom même de la page peuvent desservir l'image de la bibliothèque. Dans le cas des bibliothèques universitaires, dont le public principal est également celui qui communique le plus sur les réseaux sociaux, il arrive que les usagers décident d'eux-mêmes la création d'une page sur le lieu qu'ils fréquentent régulièrement. Il est donc indispensable pour les bibliothèques, pour pouvoir réguler et contrôler leur image de prendre les devants, d'ouvrir un compte officiel pour que les usagers puissent laisser leurs impressions.

Il faut prendre conscience, qu'en s'exposant sur le web de manière plus dynamique, la bibliothèque construit, au fil de ses activités, son identité numérique. Cette identité, qui est la somme des traces numériques laissées, volontairement ou non, au fil des navigations sur le réseau, est celle qui apparaît lorsque l'on effectue une recherche sur un moteur de recherche. C'est dire l'importance que peut revêtir cette identité pour une bibliothèque, quand on sait que la grande majorité des recherches se font grâce aux moteurs de recherche. Elle se construit et se déconstruit au fur et à mesure de l'existence et de l'activité de la bibliothèque sur le web, et influe fortement sur la réputation de l'établissement, sur son e-réputation.

La question de l'e-réputation est très débattue en ce moment, à une époque où la notion de vie privée et de vie publique devient de plus en plus floue, dans le cadre notamment des réseaux sociaux. Par la manipulation des informations et de l'identité, l'image d'une personne peut être détruite et prendre des années à être reconstruite. Les bibliothèques ne sont pas exemptes de ces interrogations. Les quatre paramètres, énoncés par Danah Boyd, de confusion entre espace public et espace privé les concernent également<sup>77</sup>. Les informations publiées restent toujours accessibles, elles peuvent être lues par tous et reproduites à l'infini. Surtout elles sont connues le plus souvent un certain temps après avoir été transmises sur le réseau social : la majorité du public potentiel est absent au moment même de leur diffusion. Les notions de « mémoire numérique » et de droit à l'oubli touchent les bibliothèques, qui doivent être formées à ces questions et pouvoir suivre leurs évolutions, pour être présentes de façon réfléchie sur les réseaux sociaux.

D'où la nécessité de surveiller constamment ses profils et d'avoir défini au préalable quelle identité leur donner. Thomas Chaimbault définit quatre identités principales que les bibliothèques peuvent mettre en avant sur les réseaux sociaux<sup>78</sup> : institutionnelle, thématique, de service et de personnes-ressources. Les trois premières identités sont centrées sur la bibliothèque elle-même, avec ses collections, ses services, son public et sont développées par 95% des bibliothèques françaises présentes sur des réseaux sociaux. Mettre en valeur le patrimoine numérisé sur ces sites web est aussi une manière pour la bibliothèque de montrer la diversité de ses collections et de construire son identité numérique en ayant conscience de tous les éléments la constituant. Elle permet de mettre l'accent sur ses collections patrimoniales, de valoriser également les personnes qui travaillent dans le domaine et la numérisation en elle-même. C'est la politique générale de la bibliothèque, liée à celle de ses partenaires ou encore des élus, qui est valorisée à travers les réseaux sociaux. Le réseau social devient ainsi un accès

---

<sup>76</sup> Groupe Facebook : BNU-Boite de Nuit universitaire (Strasbourg). [En ligne] <http://www.facebook.com/group.php?gid=132569741764&ref=ts> [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>77</sup> BOYD, Danah M. « Social Network Sites: Public, Private, or What? », in *Knowledge Tree*, vol. 13, mai 2007, p. 2-3. [Article en ligne]. <http://www.danah.org/papers/KnowledgeTree.pdf> [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>78</sup> CHAIMBAULT, Thomas. *Des réseaux et des bibliothèques*. 9 avril 2010 [En ligne] <http://www.slideshare.net/Faerim/des-reseaux-sociaux-et-des-bibliothques> [Consulté le 28 novembre 2010]

plus visible et également plus emprunté vers la bibliothèque numérique d'un établissement, qui peut proposer en parallèle un widget du catalogue de cette bibliothèque à inclure dans les fonctionnalités du réseau social<sup>79</sup>.

### **3.3. Des institutions publiques sur des sites privés**

Si les atouts représentés par la présence des bibliothèques sur les réseaux sociaux sont grands, les limites d'un tel investissement ne sont pas négligeables non plus. La divergence entre les principes fondateurs des bibliothèques et des sites de réseaux sociaux peut en effet être un frein : on oppose la notion de service public à celle d'intérêt commercial. Les sites, entraînés dans une logique de prospérité et de rentabilité, ne peuvent pas répondre à toutes les exigences et toutes les contraintes d'une politique de communication globale décidée par une institution culturelle et publique. Ces sites sont amenés à changer, suivant leur succès, suivant l'évolution des goûts et de la demande des usagers, suivant leurs propres intérêts financiers et les contraintes extérieures qu'ils peuvent rencontrer. Les bibliothèques n'ont ainsi aucune mainmise sur le fonctionnement de ces sites et ne peuvent en aucun cas maîtriser leurs changements : comme tout utilisateur d'un réseau social, elles subiront les modifications apportées par les administrateurs du site.

Le cas de Facebook, à la politique de confidentialité extrêmement fluctuante, fournit un bon exemple de la rapidité de l'évolution de ces sites, suivant des intérêts purement économiques. La confidentialité des données personnelles sur Facebook n'est désormais plus qu'une option : on est passé d'un site qui verrouillait par défaut toutes les données personnelles de ses utilisateurs à un site où les données ne sont confidentielles que sur demande active de l'utilisateur. Si elles ne sont pas bloquées, ces données sont indexées par les moteurs de recherche et donc librement disponibles par tout internaute, inscrit ou non sur Facebook. Cette question de la confidentialité vient donc se doubler d'une interrogation sur la sécurité de ces sites, si les données personnelles sont finalement accessibles à tous.

Ces changements impromptus concernent également certaines fonctionnalités fondamentales des sites et interrogent alors la pertinence de la présence de la bibliothèque sur le réseau social. Cette présence est la conclusion d'une réflexion sur un site à un temps  $t$ , avec son fonctionnement et ses fonctionnalités : comment faire face alors à des changements concernant les conditions d'accès par exemple ? Il ne faut pas non plus oublier que le succès de ces réseaux sociaux peut être suivi d'un déclin tout aussi rapide : comment récupérer dès lors le travail réalisé sur ses réseaux ? La mise à jour régulière de son profil, les discussions avec les internautes, le téléchargement de photos, accompagnées de leurs métadonnées, la réalisation d'une veille régulière alimentée par des signets taggés et commentés, etc., sont des tâches chronophages et pourtant indispensables au bon fonctionnement d'un compte sur un réseau social. Le réseau social reste un outil que l'on maîtrise bien moins que le site institutionnel de l'établissement. En étant présent sur ces réseaux, on externalise les activités de la bibliothèque sur un support de communication qui est avant tout mouvant.

Ces quelques constats peuvent infléchir la réflexion des bibliothèques concernant les réseaux sociaux. Elles ne sauraient tout de même freiner complètement leur investissement sur ces sites, devant les nombreux atouts déjà évoqués. Les médias

---

<sup>79</sup> Comme le propose la Bibliothèque de Toulouse pour son catalogue. Voir la page [http://www.bibliotheque.toulouse.fr/outils\\_web2\\_cat\\_widget.html](http://www.bibliotheque.toulouse.fr/outils_web2_cat_widget.html) [Consulté le 28 novembre 2010]

sociaux sont des outils puissants pour constituer un réseau et le développer. Ils permettent réellement à la bibliothèque de mettre en valeur et de rendre plus visibles certaines de ces collections. Mettre en ligne des documents patrimoniaux numérisés grâce aux réseaux sociaux est donc parfaitement pertinent : la bibliothèque valorise de manière plus efficace et plus claire des collections qui, par nature, sont souvent cachées et l'utilisateur, outre le premier avantage de pouvoir plus facilement connaître ces collections, peut se les approprier plus aisément, et profiter également des fonctionnalités mises à disposition de chacun par les réseaux sociaux.

# État des lieux : le patrimoine numérisé des bibliothèques sur les réseaux sociaux

Les bibliothèques françaises investissent de plus en plus les réseaux sociaux mais les modalités de leur présence et surtout de la valorisation de leur patrimoine numérisé sont diverses. On peut ainsi distinguer deux types de valorisation de ces documents. Tout d'abord une valorisation indirecte, c'est-à-dire que la bibliothèque présente avant tout sur le réseau social les outils qu'elle avait développés pour mettre en valeur ces documents comme des blogs ou des bibliothèques numériques par exemple. Quelques bibliothèques ont aussi opté pour une valorisation directe des contenus : ces derniers sont directement visibles et consultables sur le réseau social. Le premier type de valorisation est, aujourd'hui, le plus répandu parmi les bibliothèques françaises.

## 1. VALORISATION INDIRECTE

La mise en valeur du patrimoine numérisé des bibliothèques françaises sur les réseaux sociaux reste ponctuelle. Les collections numérisées font l'objet d'un billet, d'un post au même titre que les autres collections ou départements des bibliothèques. Ainsi, le plus souvent c'est par le biais du site institutionnel de la bibliothèque que sont promus les documents patrimoniaux, comme le fait la Bibliothèque Municipale d'Angers avec son post Facebook du 8 juillet 2010<sup>80</sup>.



L'invitation est ici claire : les collections patrimoniales sont à découvrir *via* le site uniquement, et le post, par le lien hypertexte, donne accès directement à la page de présentation de ces collections. De tels posts confirment que le site institutionnel de la bibliothèque reste le centre de gravité de cette dernière et que toute information, tout événement propulsé sur un réseau social a pour but effectif de ramener le lecteur vers le site, où il pourra trouver l'intégralité de cette information parmi toutes celles émanant de la bibliothèque.

Les réseaux sociaux sont le plus souvent l'occasion pour les bibliothèques de présenter des outils spécifiques qui mettent eux-mêmes en avant les documents patrimoniaux numérisés. Le 23 septembre 2010, la Médiathèque de Roubaix crée un événement sur Facebook pour annoncer à « ceux qui l'aiment » la mise en ligne de l'exposition virtuelle intitulée « Le long du Canal... Flânerie roubaisienne »<sup>81</sup>. Cette exposition réunit une partie des collections de cartes postales de la Médiathèque qui sont

<sup>80</sup> BIBLIOTHEQUE MUNICIPALE D'ANGERS. *Page Facebook : Bibliothèque Municipale d'Angers* [En ligne] <http://www.facebook.com/search.php?q=Biblioth%C3%A8que%20Municipale%20d%E2%80%99Angers&init=quick&tas=0.7508090328505913&ref=ts#!/pages/Angers-France/Biblioth%C3%A8que-Municipale-d'Angers/192199170787> [Consulté le 04 décembre 2010]

<sup>81</sup> MEDIATHEQUE DE ROUBAIX. *Page Facebook : Médiathèque de Roubaix* [En ligne] <http://www.facebook.com/pages/Roubaix-France/Mediatheque-de-Roubaix/142220229546?ref=ts> [Consulté le 04 décembre 2010]

une composante importante de la bibliothèque numérique de Roubaix. Grâce à la création de l'événement, la Médiathèque a invité l'ensemble des personnes qui suivent sa page. Ces dernières reçoivent une notification, directement sur leur profil, de cet événement. L'article de l'événement permet à tout un chacun d'accéder directement à l'exposition en ligne et de découvrir ainsi les cartes postales numérisées mises en valeur par la Médiathèque.

En décembre 2008, la Bibliothèque de Toulouse publie un article sur Facebook pour informer ces lecteurs de l'exposition en ligne consacrée au dessinateur Edmond Dulac et pour les diriger directement vers la page de cette exposition<sup>82</sup>. En dédiant un article à cet événement, recensé dans l'onglet « Articles » présent sur la page de la Bibliothèque, l'information sur l'existence de cette exposition est conservée et chaque curieux qui explore plus en détail la page de la Bibliothèque peut la retrouver et y accéder à nouveau. Malheureusement, si les articles permettent l'activation de la fonctionnalité « Partage », ils ne peuvent être aimés ou commentés par les internautes.

L'univers Netvibes, qui recrée le plus souvent le site institutionnel de la bibliothèque en réarrangeant les blocs d'informations pour mettre l'accent sur les services proposés aux lecteurs, peut également être un vecteur d'information sur les collections patrimoniales de l'établissement. Le Service commun de la documentation de Limoges présente ainsi sur son univers Netvibes un onglet « Nouveautés e-ressources » où les projets de numérisation sont évoqués<sup>83</sup>.



L'univers Netvibes permet donc d'aller directement consulter ce fonds de photographies et de cartes postales numérisées et présentées sur un site dédié.

Le réseau social est également l'occasion de mettre en valeur un outil qui a demandé beaucoup d'investissement, d'argent et de temps, comme une bibliothèque numérique. Toute création de bibliothèque numérique fait l'objet d'une annonce par la bibliothèque qui peut désormais en bénéficier. Le 22 mars 2009, la Médiathèque de l'agglomération troyenne fait découvrir de la sorte son nouveau portail<sup>84</sup> :



Ce post est la seule allusion au patrimoine faite par la Médiathèque de Troyes : on voit bien que c'est l'outil qui est avant tout valorisé.

<sup>82</sup> BIBLIOTHEQUE DE TOULOUSE. *Page Facebook : Bibliothèque de Toulouse* [En ligne] <http://www.facebook.com/pages/Bibliotheque-de-Toulouse/28421611469?ref=ts#!/notes/bibliotheque-de-toulouse/exposition-en-ligne-edmond-dulac/115612530053> [Consulté le 04 décembre 2010]

<sup>83</sup> SERVICE COMMUN DE LA DOCUMENTATION DE L'UNIVERSITE DE LIMOGES. *Netvibes : SCD Université de Limoges* [En ligne] <http://www.netvibes.com/scdunilim#Accueil> [Consulté le 06 décembre 2010]

<sup>84</sup> MEDIATHEQUE DE L'AGGLOMERATION TROYENNE. *Page Facebook : Médiathèque de l'agglomération troyenne* [En ligne] <http://www.facebook.com/pages/Troyes-France/Mediatheque-de-lAgglomeration-Troyenne/42108403561?ref=ts> [Consulté le 04 décembre 2010]

La Bibliothèque de l'Université des Antilles et de la Guyane, avec sa nouvelle page Facebook ouverte en octobre 2010, fait le point sur les nouveaux documents numérisés et ajoutés dans sa bibliothèque numérique, Manioc<sup>85</sup>. Le post du 28 octobre 2010 informe ainsi que plusieurs dizaines d'ouvrages des fonds patrimoniaux de la bibliothèque de Cayenne ont été versés dans Manioc en quelques jours : un lien hypertexte vers la bibliothèque permet d'y accéder directement. Dans l'onglet « Infos », on trouve d'ailleurs l'URL de la bibliothèque numérique.

La Bibliothèque de Toulouse fait régulièrement part à ces lecteurs des différents fonds qui intègrent la bibliothèque numérique : le 15 mai 2009, le journal *Le Midi Socialiste* est désormais disponible à tous *via* la bibliothèque numérique et le 2 mai 2010, la Bibliothèque propose de découvrir la collection Pyrénées, sélection de documents numérisés variés relatifs aux Pyrénées. Toujours postées sous forme d'articles, ces annonces permettent d'accéder directement à la bibliothèque numérique et d'être retrouvées dans l'onglet « Articles » créé sur la page Facebook de la Bibliothèque.

La Bibliothèque universitaire de Lyon 1 choisit, quant à elle, de valoriser le patrimoine qu'elle conserve grâce à un blog, *Interfaces/Livres anciens de l'Université de Lyon*<sup>86</sup> tenu en partenariat avec la Bibliothèque Interuniversitaire de Langues-Sciences Humaines de Lyon. Chaque nouveau billet de ce blog fait automatiquement, grâce à l'application RSS Graffiti proposée par Facebook<sup>87</sup>, l'objet d'un post sur la page Facebook de la BU de Lyon 1. Cette fonctionnalité permet de partager l'information avec d'autres internautes, mais non pas de l'aimer ou de la commenter. De plus, comme l'information arrive automatiquement sur la page de la Bibliothèque, elle n'est ni introduite ni commentée par l'administrateur ou l'animateur de la page.

On remarque une fois de plus que c'est d'abord le blog qui est soigné, avec des articles scientifiques détaillés, illustrés de documents patrimoniaux numérisés sous haute résolution et menant directement, en un clic, au catalogue, ce qui permet de consulter leur notice détaillée rapidement. Le réseau social, en l'occurrence ici Facebook, n'est qu'une plateforme qui sert à véhiculer l'information sans apporter de plus-value, à la disséminer auprès d'un réseau déjà constitué.

La fréquence des posts pour ce type d'information dépend donc de la régularité des billets publiés dans le blog, en l'occurrence deux par mois pour la Bibliothèque Universitaire de Lyon I. Les posts informatifs concernant l'existence d'une bibliothèque numérique ou les rubriques relatives aux collections patrimoniales numérisées sont, eux, souvent uniques.

Si les bibliothèques présentent ainsi fréquemment leur site, leur bibliothèque numérique ou leur blog par le biais des réseaux sociaux, ces derniers sont aussi l'occasion pour elle de mettre en valeur l'usage que d'autres peuvent faire de leur patrimoine numérisé. Ainsi Gallica, bibliothèque numérique de la Bibliothèque nationale de France, a choisi d'axer son fil Twitter sur cet aspect : relayer l'utilisation qu'ont les internautes de Gallica<sup>88</sup>. Le retweet est la fonctionnalité la plus utile pour mettre en valeur sur le fil GallicaBnF les tweets renvoyant vers la bibliothèque numérique. Le plus souvent cependant, GallicaBnF réécrit les tweets pour introduire les blogs ou sites ayant

---

<sup>85</sup> BIBLIOTHEQUE DE L'UNIVERSITE DES ANTILLES ET DE LA GUYANNE. *Page Facebook : Bibliothèque de l'Université des Antilles et de la Guyane* [En ligne]. <http://www.facebook.com/#!/bibuag> [Consulté le 04 décembre 2010]

<sup>86</sup> BIBLIOTHEQUE INTERUNIVERSITAIRE-LANGUES SCIENCES HUMAINES BIBLIOTHEQUE UNIVERSITAIRE CLAUDE BERNARD LYON 1. *Interfaces/Livres anciens de l'université de Lyon*. [Site en ligne] <http://bibulyon.hypotheses.org/> [Consulté le 28 novembre 2010]

<sup>87</sup> RSS Graffiti est une application Facebook qui permet de mettre à jour automatiquement une page (ou profil) Facebook dès qu'un nouvel article d'un blog, administré par la même personne, est publié.

<sup>88</sup> BIBLIOTHEQUE NATIONALE DE FRANCE. *Fil Twitter : GallicaBnF* [En ligne] <http://twitter.com/#!/GallicaBnF> [Consulté le 12 décembre 2010]

mentionné un document consultable sur Gallica, comme dans ce tweet du 3 décembre 2010 :



Grâce au hashtag #Gallicanautes, il est facile de repérer toutes les initiatives de la sorte et de trouver directement toutes les sources citant des documents de Gallica et que le fil Twitter GallicaBnF a décidé de publier. Une fois de plus, c'est donc l'utilisation du document numérisé qui est davantage mise en valeur que le document lui-même. En mettant l'accent sur l'utilisation qu'en font les Gallicanautes, le fil Twitter GallicaBnF met au cœur de son activité les internautes et réalise une véritable veille des fils des Gallicanautes. La fréquence des tweets est importante : plusieurs par jour (environ 4 ou 5) pour essayer de recenser le plus largement possible les allusions à Gallica dans la « Twittosphère ». Cette activité vient compléter celle de dissémination des autres informations produites par Gallica, sur son compte Facebook, sur son blog et par sa newsletter. Le fil GallicaBnF fait un point qui, sans être exhaustif, rend bien compte de la fréquentation et l'utilisation de Gallica au jour le jour.

Cette dissémination d'une plateforme vers l'autre est très courante chez les bibliothèques qui ont investi plusieurs réseaux sociaux. Un tweet du 2 décembre 2010 de la State Library of South Australia renvoie directement à sa chaîne Youtube et à un reportage datant de 1939<sup>89</sup>. Tous les réseaux sociaux et leur utilisation spécifique sont ainsi régulièrement promus et valorisés sur chacune des plateformes.

La dissémination ne se fait pas uniquement grâce aux réseaux sociaux animés par la bibliothèque : cette dernière peut aussi être une fenêtre ouverte à d'autres expériences, d'autres valorisations. Les réseaux sociaux lui permettent ainsi de mener à bien une mission essentielle, à savoir l'inscription de la bibliothèque dans un réseau culturel plus large, l'information et le relai des activités culturelles et scientifiques proposés par ses partenaires. Ce genre de valorisation semble évident pour les bibliothèques virtuelles, n'ayant pas d'assise physique unique, et permettant l'accès à des collections numérisées diverses et dispersées sur le territoire. Europeana Regia, projet européen de numérisation de corpus de manuscrits du Moyen Âge et de la Renaissance<sup>90</sup>, a ouvert sa page Facebook en janvier 2010<sup>91</sup>. Ses premiers posts sont consacrés, entre autres, à la présentation des bibliothèques participant au projet ainsi qu'à celle de leur bibliothèque numérique, comme ceux du 2 février 2010 renvoyant vers les Bibliothèques de Munich et de Valence. Trois posts datés du 3 février 2010 informent les abonnés de la page de l'existence de trois bases de données françaises consacrées aux manuscrits enluminés : *Enluminures*, *Liber Floridus*, *Mandragore*. En promouvant ces sites, le compte Facebook d'Europeana Regia permet à chaque internaute d'effectuer lui-même ses recherches à travers ces outils et de découvrir par lui-même la richesse des collections numérisées par ces institutions culturelles.

En 2009, la Bibliothèque Municipale d'Angers consacre une exposition autour du Roi René d'Anjou intitulée « Splendeurs de l'enluminure, le Roi René et les livres ». Un post du 26 octobre 2010 sur le compte Facebook de la Bibliothèque invite les internautes

<sup>89</sup> STATE LIBRARY OF SOUTH AUSTRALIA. *Fil Twitter : State Library of SA*. [En ligne] <http://twitter.com/#!/SLSAV> [Consulté le 06 décembre 2010]

<sup>90</sup> Europeana Regia [En ligne] <http://www.europeanaregia.eu/> [Consulté le 06 décembre 2010]

<sup>91</sup> EUROPEANA REGIA. *Page Facebook : Europeana Regia* [En ligne] <http://www.facebook.com/pages/Europeana-Regia/267940481474?ref=ts> [Consulté le 06 décembre 2010]

à revisiter l'exposition en ligne mais également à feuilleter les livres présentés lors de l'exposition, dans leur version numérique. Un lien renvoie directement à cette rubrique du site institutionnel de la Bibliothèque<sup>92</sup> et permet de feuilleter directement ces mêmes livres, la plupart appartenant à d'autres institutions que celle d'Angers. Grâce à Facebook, la Bibliothèque informe ses lecteurs de la présence de ces documents librement consultables, information peu visible car « cachée » au sein du site institutionnel, et leur permet également d'accéder aux bibliothèques numériques des autres institutions partenaires de l'exposition, françaises et étrangères.

Le compte Delicious de la Bibliothèque de Toulouse offre également la possibilité à tout internaute d'accéder aux sites consacrés au patrimoine numérisé. En tapant le tag « patrimoine » et même « pat », on retrouve la liste des signets sélectionnés par la Bibliothèque<sup>93</sup> qui s'y rapportent.

Les méthodes de valorisation présentées ci-dessus s'attachent ainsi davantage à présenter un contexte, un usage que le document en lui-même. Le simple fait d'être redirigé vers un site tiers et de ne pas pouvoir consulter les documents directement sur le réseau social prouvent que ce dernier ne tient ici qu'un rôle purement informatif, de redirection du lecteur vers des médias plus à même de lui procurer l'information qu'il recherche. Cependant, des bibliothèques ont également pris le parti de présenter directement leurs collections patrimoniales numérisées sur les réseaux sociaux, leur apportant ainsi une meilleure visibilité.

## **2. VALORISATION DIRECTE**

Même au travers d'une valorisation directe des documents, l'objectif principal de la bibliothèque reste d'amener le public à mieux connaître (ou tout simplement connaître) les collections patrimoniales qu'elles conservent, et de donner un accès à celles qui sont numérisées et disponibles en ligne.

### **2.1. Faire découvrir les collections patrimoniales de la bibliothèque**

Le 19 janvier 2010, la Médiathèque de Sedan crée un album photos, intitulé « Collections patrimoniales » sur Facebook dans lequel elle présente quinze documents numérisés<sup>94</sup>.

---

<sup>92</sup> BIBLIOTHEQUE MUNICIPALE D'ANGERS. *Le Roi René et les livres*. [En ligne] <http://bm.angers.fr/patrimoine-depot-legal/le-roi-rene-et-les-livres/index.html> [Consulté le 06 décembre 2010]

<sup>93</sup> BIBLIOTHEQUE DE TOULOUSE. *Compte Delicious : Bibliothèque de Toulouse's bookmarks*. [En ligne] <http://www.delicious.com/bibliothequedetoulouse/> [Consulté le 06 décembre 2010]

<sup>94</sup> MEDIATHEQUE DE SEDAN. *Page Facebook : Médiathèque de Sedan* [En ligne] <http://www.facebook.com/?ref=logo#!/pages/Mediatheque-de-Sedan/248355062851> [Consulté le 06 décembre 2010]



Ce choix de documents n'est bien évidemment pas exhaustif : il s'agit avant tout de présenter aux internautes quelques uns des documents les plus précieux conservés à la Médiathèque. Photos, gravures, livres anciens, enluminures sont présents, provenant le plus généralement de fonds différents. Une courte notice descriptive accompagne chacun des documents.

La Bibliothèque nationale et universitaire de Strasbourg fait découvrir à ses lecteurs, grâce à trois posts, deux du 29 juin 2010 et un du 30 juin 2010, une quarantaine de documents numérisés provenant de ses collections patrimoniales<sup>95</sup>. Chaque post est introduit de la sorte : « Deuxième bibliothèque de France, la BNU dispose d'un fonds patrimonial prestigieux avec par exemple la première collection française de papyrus en bibliothèque ». Si les documents regroupés dans l'album « Quelques documents de la collection » donnent un aperçu de la diversité et de la richesse des fonds conservés à la BNU, ils sont également l'occasion de rappeler par exemple que cette Bibliothèque possède le premier fonds français de papyrus, images à l'appui. Le choix porte avant tout ici sur la préciosité et la richesse des fonds précisés, comme par exemple pour le collier de chancelier de l'université, donné par l'empereur Guillaume II, ou pour la *Vie du bienheureux Henri Suso*, du XIV<sup>e</sup> siècle, unique manuscrit rescapé de l'ancienne bibliothèque strasbourgeoise.

Dans les cas cités, ceux de Sedan et Strasbourg, les documents visibles sur Facebook le sont indépendamment du site institutionnel de la bibliothèque. Ce sont des informations ponctuelles, anecdotiques, qui viennent illustrer la richesse des fonds de ces bibliothèques et pour faire connaître leur existence aux internautes, sans pour autant les amener à les consulter de manière plus approfondie, en les liant au site institutionnel ou à la bibliothèque numérique dont ils font partie.

Les comptes Facebook<sup>96</sup> et Twitter de la bibliothèque numérique de la Bibliothèque nationale de France, Gallica, ont aussi pour objectif de montrer aux internautes des documents remarquables et insolites. Loin de représenter la masse des documents disponibles sur Gallica, sont surtout mises en avant des pièces rares, exceptionnelles, numérisées en couleur et en haute qualité<sup>97</sup>. Le fil Twitter, grâce aux hashtags

<sup>95</sup> BIBLIOTHEQUE NATIONALE ET UNIVERSITAIRE DE STRASBOURG. Page Facebook : Bibliothèque nationale et universitaire [En ligne] <http://www.facebook.com/?ref=logo#!/pages/Bibliotheque-nationale-et-universitaire/132082773473662?v=wall> [Consulté le 06 décembre 2010]

<sup>96</sup> GALICA. Page Facebook : Gallica [En ligne] <http://www.facebook.com/GallicaBnF?ref=ts> [Consulté le 06 décembre 2010]

<sup>97</sup> Entretien du 26 octobre 2010 avec Mélanie Leroy-Terquem, chargée de mission auprès de la direction des Service et des Réseaux, et Lionel Maurel, coordinateur scientifique au sein du service Pôles associés/Gallica, conservateurs à la Bibliothèque nationale de France, tous deux chargés de l'animation des réseaux sociaux de Gallica. Les documents publiés sur Facebook et Twitter sont le plus souvent issus des nouvelles campagnes de numérisation de la BnF. La qualité de la numérisation est en effet meilleure (couleur, zoom, océrisation), l'image mise en valeur est donc plus belle et plus lisible.

#aVoirDansGallica, #aLireDansGallica, oriente les followers<sup>98</sup> vers le type de documents proposés par GallicaBnF. Les informations publiées par Gallica sont d'ailleurs partagées entre Facebook (un onglet « Twitter » permet d'être tenu au courant de l'activité de ce fil) et Twitter (liens vers les publications sur Facebook) pour toucher un public varié.

Le désir de montrer aux usagers de la bibliothèque des corpus numérisés importants peut désormais être réalisé grâce aux plateformes de partage et de distribution présentes sur le web. Le succès de l'utilisation de Flickr par la Bibliothèque du Congrès n'est plus à démontrer et des bibliothèques françaises ont suivi l'exemple de leur homologue américain. Ouvert en juin 2008, le compte Flickr de la Bibliothèque de Toulouse propose à tout un chacun de consulter librement le fonds Trutat, à savoir près de 5000 photographies datant des années 1870 aux années 1920 et représentant Toulouse et sa région<sup>99</sup>. Chaque photo a un titre, une notice descriptive, une information sur les droits juridiques qui la concernent. De plus, elle est taggée et géolocalisée. On peut ajouter à cela la possibilité de visualiser la photo dans des formats différents, s'attachant ainsi au détail ou non, et de la télécharger. Les utilisateurs de Flickr deviennent aussi acteurs de la valorisation de ces photographies : en les taggant, en les commentant ou en les ajoutant à leur favori, ils enrichissent le document avec de nouvelles informations et ils lui donnent aussi plus de visibilité parmi les utilisateurs de Flickr.

Le Service commun de la documentation de Limoges a également choisi d'utiliser Flickr pour mettre en valeur son herbier numérisé : plus de trois mille planches de cet herbier réalisé à l'époque napoléonienne sont directement consultables<sup>100</sup>. Si la qualité de visualisation est évidente, il est en revanche difficile de penser à une réelle valorisation pour un contenu qui n'est pas forcément à la portée de tous. On peut d'ailleurs remarquer que les photos n'ont pas de titres descriptifs, ce qui rend leur appréciation encore plus difficile.

Le fait de publier des contenus directement sur un réseau social peut également être l'occasion de faire connaître la bibliothèque numérique de la bibliothèque. Gallica alimente régulièrement sa page Facebook de liens permettant de mieux appréhender les fonctionnalités du site. Dans le post du 23 septembre 2010, en interrogeant les Gallicanautes sur leur capacité à déchiffrer l'écriture de Choderlos de Laclos dans le manuscrit des *Liaisons dangereuses*, c'est la fonction zoom qui est mise en avant. Ces remarques plus techniques sont utiles pour permettre aux lecteurs de consulter un document dans les meilleures conditions possibles et l'inciter ainsi à parcourir plus globalement la bibliothèque numérique. C'est aussi l'occasion pour les Gallicanautes de pointer du doigt des dysfonctionnements : ce même jour, un internaute fait remarquer que le mode écoute ne fonctionne pas<sup>101</sup>, qui a été signalé aux équipes techniques.

Mieux connaître la bibliothèque numérique, pour mieux l'utiliser et l'apprécier mais également pour pouvoir y participer activement est également un des objectifs de la présence de Gallica sur les réseaux sociaux : son partenariat avec Wikisource est promu sur Facebook et elle invite ses abonnés à collaborer pour corriger les œuvres qui sont concernées par cet accord. Le 27 août 2010, en proposant un « Wiki du week-end », elle

---

<sup>98</sup> Est appelé follower une personne qui suit un fil Twitter particulier.

<sup>99</sup> BIBLIOTHEQUE DE TOULOUSE. *Compte Flickr : Galerie de photos de Bibliothèque de Toulouse* [En ligne] <http://www.flickr.com/photos/bibliothequedetoulouse/> [Consulté le 06 décembre 2010]

<sup>100</sup> SERVICE COMMUN DE LA DOCUMENTATION DE LIMOGES. *Compte Flickr : Galerie de photos de scdlimoges* [En ligne] <http://www.flickr.com/photos/scdlimoges> [Consulté le 06 décembre 2010]

<sup>101</sup> Commentaire du 23 septembre 2010, 14h26 : « pouvez-vous me dire pourquoi en mode écoute ça ne fonctionne pas sur gallica, ça revient toujours au début ».

invite les Gallicanautes à prendre part à la correction de *La chasse aux lions*, d'Alfred Assolant :



The screenshot shows a Gallica post. At the top left is the Gallica logo. The main text reads: "Gallica Le wiki du week-end ! Essayez-vous à la correction collaborative sur Wikisource : chassez le lion... et la coquille (<http://bit.ly/dmtjQ>)". Below this is a book cover for "CHASSE AUX LIONS" by Alfred Assolant. To the right of the cover, the text says: "La chasse aux lions (3e éd.) / par Alfred Assolant ('sic')... - Gallica gallica.bnf.fr Assolant, Alfred (1827-1886) - La chasse aux lions (3e éd.) / par Alfred Assolant ('sic')... - 1892 - monographies". At the bottom of the post, it says "27 août, 15:57 · J'aime · Commenter · Partager".

Le post propose à la fois un lien vers l'ouvrage numérisé dans Gallica et, entre parenthèse, un lien vers la correction collaborative mise en place sur Wikisource. L'internaute prend part de manière active à la numérisation des ouvrages dans Gallica et dans leur mise en ligne : il peut proposer des modifications et des améliorations qui serviront à toute la communauté qui fréquente cette bibliothèque numérique.

## 2.2. Suivre l'actualité

L'actualité est une occasion idéale pour les bibliothèques de montrer les richesses conservées dans leurs fonds patrimoniaux, pour faire écho à un événement. En rénovation depuis le début de l'année 2010, la Bibliothèque nationale universitaire de Strasbourg a décidé d'enrichir ses albums photos publiés sur Facebook en dévoilant à ses lecteurs des documents datant de l'ouverture du bâtiment au XIX<sup>e</sup> siècle, à travers un dossier « La Bibliothèque lors de sa création ». Au cours de 3 posts datant de juin et de juillet 2010, la Bibliothèque propose ainsi cartes postales, photographies, plans de la bibliothèque en 1895, afin de faire un comparatif avec le bâtiment d'aujourd'hui, lui-même en passe d'être modifié. L'introduction de ces documents patrimoniaux est très sobre (« En 1895, le bâtiment évoque déjà l'une des plus importantes bibliothèques d'Europe »), et aucun des documents n'est d'ailleurs accompagné d'une notice ou d'une brève description. Libre à l'internaute, que l'on suppose connaisseur de la Bibliothèque, d'apprécier cet album. Le seul commentaire apposé à cet album témoigne du fait que ce sont bien les habitués qui sont le plus visés par ces posts<sup>102</sup>. Une fois de plus, ces documents numérisés sont publiés sans que l'on puisse être redirigé vers la bibliothèque virtuelle de la BNUS. On ignore d'où proviennent ces fonds, où ils sont accessibles et où il est possible de consulter d'autres collections semblables.

Gallica, grâce aux posts quotidiens qu'elle publie sur Facebook et aux nombreux messages qu'elle tweet, parvient à suivre l'actualité et à l'illustrer au moyen de nombreux documents. Le suivi de l'actualité peut se faire de diverses manières : le 3 juillet 2010, Gallica choisit de présenter l'édition du 7 juillet 1935 du *Petit Journal illustré*, en titrant ainsi : « Aujourd'hui comme il y a 75 ans, le départ du Tour de France ! ». Un clic sur l'image conduit directement au lecteur Gallica, permet de feuilleter le journal et de bénéficier tout de suite des fonctionnalités de lecture mises à disposition par cette bibliothèque numérique.

Cette idée de suivre l'actualité rencontre un certain succès, surtout si l'on fait appel à des événements connus qui, comme le Tour de France ont un large écho parmi la population française, ou qui ont marqué l'histoire nationale en général. La Bibliothèque

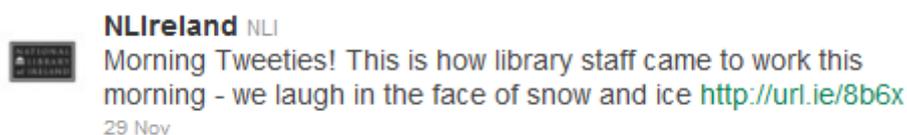
<sup>102</sup> Commentaire du 23 juillet 2010, à 18h35 : « J'suis le seul à me dire qu'avec le temps tout est devenu plus moche ? L'intérieur surtout, c'est incroyable... »

numérique de la Bibliothèque nationale de Pologne (*Cyfrowa Biblioteka Narodowa Polona*) a pris le parti, pour le mois de septembre, de publier quotidiennement la une numérisée de quatre périodiques de Varsovie, datant de septembre 1939<sup>103</sup>. L'intérêt historique de tels posts est évident, pour une période où les événements se succédaient avec rapidité. On peut cependant regretter de ne pas pouvoir accéder à l'ensemble du journal ni de pouvoir le feuilleter. En effet, seule la première page, comme affichée sur Facebook, est visible, mais sans zoom. L'avantage d'une telle présentation ne réside alors que dans son caractère anecdotique, dans le fait d'avoir mis en parallèle le jour de la publication et une date historique importante. Au final, cette initiative n'incite pas l'internaute à approfondir sa découverte, à parcourir les journaux, à naviguer au sein de la bibliothèque numérique. On peut penser alors que c'est par commodité ou facilité que la Bibliothèque choisit de présenter chaque jour à l'abonné une seule page de journaux numérisés. La Bibliothèque numérique européenne, Europeana, au mois de juin et de juillet 2010, décidé ainsi de n'aborder qu'un seul thème pour ses posts, à l'occasion de la Coupe du Monde de Football<sup>104</sup>. Tous les jours étaient ainsi postés des documents sur le monde du football, des affiches et surtout des photos de matches et d'équipes du début du XX<sup>e</sup> siècle.

Comme les événements célèbres, les anniversaires – de naissance ou de mort – sont une occasion facile de présenter des documents numérisés en lien avec la personnalité honorée. Le 7 octobre 2010, Europeana fête le bicentenaire de la naissance du compositeur italien Giuseppe Verdi. Le post inclut un lien qui mène directement à une recherche « Giuseppe Verdi » dans le moteur de recherche de la bibliothèque numérique : tous les documents relatifs au compositeur sont présentés à l'internaute.

L'actualité peut également être l'occasion de faire découvrir une partie de collections numérisées que le grand public pourrait ne pas connaître. Pour la fête de la musique, le 21 juin 2010, Gallica choisit de mettre en avant le patrimoine sonore numérisé : elle invite ses lecteurs à aller découvrir quelques uns des 1069 documents sonores de Gallica grâce à un lien menant directement à ses collections sonores.

Tout simplement, les documents patrimoniaux numérisés peuvent être une bonne illustration à une situation donnée. Ainsi, le premier tweet de la Bibliothèque nationale d'Irlande du 29 novembre 2010 fait un point sur la météo du jour et la façon dont les bibliothécaires ont du l'affronter<sup>105</sup> :



Le lien renvoie vers une ancienne photographie numérisée, représentant des skieurs à la montagne. C'est donc à titre anecdotique que la Bibliothèque utilise cette photo pour illustrer son commentaire. Cette manière de détourner le patrimoine et de lui trouver une utilisation pertinente et souvent drôle reste le moyen le plus efficace pour instaurer un dialogue avec les usagers qui suivent l'institution au quotidien sur les réseaux sociaux.

<sup>103</sup> BIBLIOTEKA NARODOWA. *Profil Facebook* : *Cyfrowa biblioteka narodowa Polona* [En ligne] <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=483166743192&set=a.443773278192.228657.302561853192#!/profile.php?id=10000888482736> [Consulté le 06 décembre 2010]

<sup>104</sup> EUROPEANA. *Page Facebook* : *Europeana* [En ligne] <http://www.facebook.com/search.php?q=europeana&init=quick&tas=0.8116684991716003&ref=ts#!/pages/Europeana/80332192202> [Consulté le 06 décembre 2010]

<sup>105</sup> NATIONAL LIBRARY OF IRELAND. *Fil Twitter* : *NLIreland* [En ligne] <http://twitter.com/#!/NLIreland> [Consulté le 06 décembre 2010]

## 2.3. Instaurer un dialogue avec les usagers

Si la bibliothèque a choisi d'investir un réseau social, c'est avant tout pour la caractéristique principale de ce dernier : instaurer un dialogue avec ses usagers et potentiels usagers, permettre une communication plus facile et moins formelle que celle qu'il existe au sein de la bibliothèque physique. Les fonctionnalités des réseaux sociaux se prêtent évidemment parfaitement à cette mission et petit à petit les bibliothèques en tirent un certain bénéfice, notamment en utilisant leur patrimoine numérisé pour construire un dialogue et un partage avec l'internaute.

Les questions directes sont bien sûr le meilleur moyen d'obtenir un avis ou une impression. Régulièrement, les bibliothèques proposent des quizz et des tests, tant pour mettre en avant certains de leurs documents qui se prêtent bien au jeu que pour venir s'adresser directement à l'internaute. Chaque vendredi, Gallica propose, sur son compte Facebook, une énigme (« L'énigme du vendredi »). Ce rendez-vous hebdomadaire propose de faire découvrir à la fois (par exemple, le 8 octobre 2010, il faut deviner à qui appartient la main présentée sur la photo), des lieux (il faut deviner, le 17 septembre 2010 quelle personnalité travaillait dans le bureau photographié) ou tout simplement des images insolites (le 19 novembre 2010 est présenté un daguerréotype d'hématies de grenouille). Cette énigme, très suivie chaque semaine, permet de faire appel tant à la connaissance des internautes qu'à leur capacité de savoir utiliser le moteur de recherche de Gallica. L'énigme du 2 avril 2010 est la suivante : « dans quelle discipline insolite cet homme obtint-il le titre de champion de France ? ». Quelques minutes plus tard, un Gallicanaute fait part de sa recherche en commentaire : « Trop facile : recherche avancée, titre champion de France et filtre sur les images...<sup>106</sup> ». Ce n'est donc pas seulement l'imagination des internautes qui est sollicitée et affichée à travers les commentaires : ils prouvent également qu'ils sont capables de faire de vraies recherches documentaires.

Gallica invite également ses lecteurs à jouer grâce à ses collections. Ainsi, le 18 février 2010, elle propose un rébus datant du XVII<sup>e</sup> siècle.



Un post du 25 mai s'adresse également directement aux Gallicanautes en leur demandant quels trésors cachés ils ont trouvés dans Gallica. Un autre du 25 juin cherche à connaître les premières lectures des abonnés de la page Gallica, pour voir si elles se trouvent dans la bibliothèque numérique.

Ces questions visent donc à permettre à chaque Gallicanaute de s'approprier plus personnellement les documents numérisés dans Gallica et également de provoquer des

<sup>106</sup> Commentaire du 02 avril 2010, 17h41.

recherches et des découvertes par des questions précises, qui parlent à chacun. La communication et le dialogue entre l'institution et son public se déplace ici sur des sujets plus intimes, relevant du passé et des souvenirs de chacun. Les documents patrimoniaux numérisés sont une occasion pour chaque commentateur de parler de soi-même, le document n'est plus présenté pour ce qu'il est véritablement mais pour ce qu'il représente aux yeux des lecteurs.

Ce détournement des documents présentés pour faire interagir le plus possible le lecteur et lui permettre de participer activement et personnellement à la vie du compte Facebook est évidente dans la manière qu'a Gallica de rédiger ses posts, par le recours aux énigmes, aux questions directes. On peut également penser aux posts du mercredi, qui tourne toujours autour de l'idée « Mercredi : jour des enfants ». Le 29 septembre 2010, Gallica mettait en ligne un nouvel album, composé de 8 photos et intitulé « Idée Mercredi ». Le titre est évocateur et l'introduction à l'album également :



Les documents numérisés présentés à l'internaute, tirés d'un des ouvrages savants les plus célèbres du XVIII<sup>e</sup> siècle sont ici détournés avec humour et à dessein : devenir un support de jeu pour les enfants. Le choix des gravures n'est pas anodin, ce ne sont que des animaux qui ont été sélectionnés, dont un certain « animal anonyme », non encore identifié par Buffon, qui suscite de nombreuses réactions chez les internautes. Cette « Idée mercredi ! » est également une valorisation directe du travail de numérisation et de ses possibilités : pouvoir imprimer facilement toute œuvre et pouvoir se l'approprier, en la coloriant. C'est aussi une manière idéale pour faire découvrir quelques documents patrimoniaux célèbres aux enfants. Cette livraison de gravures à personnaliser a en tout cas suscité un grand intérêt chez les Gallicanautes (70 personnes ont aimé ce post, sans pour autant l'avoir appliqué à la lettre) et certains commentateurs se sont même plaints de l'âge inapproprié de leurs enfants pour ce genre d'activité<sup>107</sup>.

### 3. ÉVALUATION DES USAGES

Les manières de valoriser le patrimoine revêtent donc des caractères différents, les objectifs étant variés. Il importe cependant de savoir quel est le véritable impact de ces politiques de valorisation des fonds auprès des publics qu'elles touchent, à savoir les communautés qui se sont constituées autour des bibliothèques sur les réseaux sociaux.

<sup>107</sup> Commentaire du 29 septembre 2010, 12h04 : « Mes enfants ont 28 ans ».

## 3.1. Les usages des internautes

### 3.1.1. Des contenus plus attractifs que d'autres

Si l'on observe les collections patrimoniales présentées sur les réseaux sociaux aux internautes, on remarque immédiatement que deux types de documents sont surreprésentés : les livres anciens et les photographies. On constate également que les photographies remportent une adhésion plus forte auprès des lecteurs. La plupart des bibliothèques proposent en effet des photographies rares, numérisées en haute qualité et suscitant immédiatement l'intérêt de ceux qui les regardent. Le succès des photographies anciennes en général constitue une véritable opportunité pour les bibliothèques dans leur volonté de présenter leurs fonds sur des plateformes web. La Bibliothèque du Congrès et son projet Flickr sont la preuve irréfutable de l'impact de ce type de documents auprès du public. C'est ainsi qu'elle justifie le choix de n'avoir mis que des photos sur leur compte Flickr :

« Pourquoi des photographies comme première étape ? Les photographies ont l'avantage de représenter un intérêt pour une très large audience qui peut potentiellement y ajouter des informations utiles. Elles peuvent être appréciées à différents niveaux, quels que soient la langue maternelle du lecteur ou son expertise ; elles peuvent être rapidement intégrées à un niveau basique sans demander un grand investissement en temps<sup>108</sup>. »

Le fonds Trutat de la Bibliothèque de Toulouse a profité du même engouement pour les photographies. Au 1<sup>er</sup> janvier 2010, le fonds Trutat a enregistré 569 000 vues (soit une augmentation de plus de 50% en un an), 78% des photos étaient partagées, 61% ajoutées en favoris, 27% commentées. Sur l'année 2009, ce fonds a fait l'objet de 934 affichages quotidiens, en moyenne. Désormais 31% des internautes qui se connectent à la bibliothèque numérique de Toulouse y parviennent *via* Flickr. L'enthousiasme des visiteurs, tant français qu'étrangers, signifie bien que c'est la photographie ancienne, au-delà de ce qu'elle représente, qui attire.

Ce succès est commun à toutes les bibliothèques puisque la page Facebook de Gallica a elle-même enregistré le plus de « personnes qui aiment ça » (135) lors d'une publication du 2 décembre 2010 qui invite les abonnés à une promenade dans les capitales européennes enneigées, grâce à douze photographies du début du XX<sup>e</sup> siècle. Les commentaires sont également unanimes, qualifiant l'album de « magnifique<sup>109</sup> » ou de « superbe<sup>110</sup> ».

À plus petite échelle, les albums photos partagés sur la page Facebook de la Bibliothèque Nationale et Universitaire de Strasbourg, regroupant des clichés du bâtiment lors de sa création au XIX<sup>e</sup> siècle, ont également été les plus consultés par les internautes<sup>111</sup>. Ces collections photographiques sont souvent plus parlantes et peuvent également permettre de recueillir la mémoire des internautes, de susciter leur intérêt pour les époques auxquelles ont vécu leurs parents, leurs grands-parents, etc. Une

---

<sup>108</sup> « Why photographs as a first step? Photographs have the advantage of being interesting to a wide variety of audiences who can potentially add useful information. They can be appreciated on many different levels regardless of a viewer's native language or expertise and can be quickly absorbed at a basic level without an extended time investment. », dans BIBLIOTHÈQUE DU CONGRÈS. *For the Good: The Library of Congress Flickr Pilot Project*. [En ligne] Octobre 2008 [http://www.loc.gov/rr/print/flickr\\_report\\_final.pdf](http://www.loc.gov/rr/print/flickr_report_final.pdf). [Consulté le 28 novembre 2010], p. 2.

<sup>109</sup> Commentaire du 02 décembre 2010, 17h59.

<sup>110</sup> Commentaire du 02 décembre 2010, 13h55.

<sup>111</sup> Entretien du 18 octobre 2010 avec David-Georges Picard, conservateur à la Bibliothèque nationale et universitaire de Strasbourg, chargé de mission auprès de l'Administrateur pour l'Action culturelle, les Relations internationales et la Communication externe.

internaute a ainsi commenté les photos hivernales publiées par Gallica : « Quand je pense que mes deux grands-pères et tous les hommes jeunes du pays étaient dans les tranchées dans ces années-là...Quel courage! Merci Gallica pour ces photos<sup>112</sup> ». Une fois de plus, l'intime se mêle aux commentaires et la barrière entre les sphères publiques et privées devient beaucoup plus floue.

### 3.1.2. Des internautes enthousiastes et toujours plus nombreux : l'exemple de la page Facebook de Gallica

#### 3.1.2.1. Des Gallicanautes enthousiastes

Les réactions suscitées par les documents numérisés présentés chaque jour sur la page Facebook de Gallica prouvent que les contenus patrimoniaux sont porteurs. Les abonnés à la page, par leurs commentaires, montrent qu'ils aiment ce qu'ils connaissent ou ce qui se rapproche de leurs références culturelles. Les réactions aux documents sont donc plus enthousiastes, voire affectives. Les remerciements composent la majeure partie des commentaires : remerciement pour les documents publiés, pour la qualité de l'image, pour le travail réalisé, pour la trouvaille, pour les équipes en général comme le montre ce commentaire « Bravo à toute l'équipe Gallica pour la mise en valeur des collections via FB, c'est super efficace - "Let the datas come to the users" comme dirait l'autre ;) <sup>113</sup> ». Ce commentaire prouve également que les internautes ont désormais conscience d'avoir Gallica à disposition *via* Facebook, ce que confirme le 22 février 2010 le message d'un autre Gallicanaute :



Les « Félicitations ! » et « Bravo » sont aussi monnaie courante dans les commentaires des lecteurs. Certains compliments font preuve d'originalité (« Gallica le premier restaurant astronomique mais à prix économiques<sup>114</sup> »), d'autres réactions exaltées (« oui continuez à vous faire partager vos trésors !<sup>115</sup> »). Nombreux sont également les internautes à indiquer, en toutes lettres, qu'ils partagent l'information sur leur propre mur. Aux « j'aime » signifiés par le logo  s'ajoutent les « J'aime ! » que les Gallicanautes préfèrent à nouveau écrire en toutes lettres, les « J'adore ! » et parfois de vraies déclarations d'amour, comme ce commentaire éloquent : « Je vous aime, Gallica :)<sup>116</sup> »

Ce dernier commentaire est un bon exemple de la complicité qui s'instaure entre les Gallicanautes et Gallica. En effet, à ce « Je vous aime, Gallica : ) », Gallica apporte

<sup>112</sup> Commentaire du 05 décembre 2010, 19h22.

<sup>113</sup> Commentaire du 25 février 2010, 01h35.

<sup>114</sup> Commentaire du 01 mars 2010 12h28.

<sup>115</sup> Commentaire du 31 mars 2010, 10h20.

<sup>116</sup> Commentaire du 19 juillet 2010, 13h53.

rapidement une réponse plaisante : un lien vers un poème d'Émile de Tarade intitulé *Merci!*<sup>117</sup>

Ce type de réponse, toujours à propos et utilisant les ressources fournies par Gallica, est souvent employé pour réagir à des réactions originales ou humoristique des internautes. Gallica n'hésite pas à rebondir sur la bonne humeur de ses commentateurs en proposant, en guise de réponse, un lien vers un document. Par exemple, le 27 septembre 2010, après deux commentaires critiquant avec humour les posts quotidiens et leurs conséquences néfastes sur la productivité au travail, Gallica conclut en mettant un lien vers une fable de La Fontaine, *Le laboureur et ses enfants*, censée, par sa morale, reconcentrer les internautes inactifs.



Outre la réaction affective que les documents peuvent provoquer, l'humour reste une valeur sûre pour intéresser l'internaute et susciter une réaction. Certains documents publiés, au-delà de leur véritable intérêt esthétique et historique, se prêtent aux plaisanteries, et les Gallicanautes n'hésitent pas à surenchérir. Le post du 15 septembre 2010, un des plus aimés et commentés depuis l'inscription de Gallica sur Facebook, présentant une invitation au mariage de Napoléon et Marie-Louise, est accompagné de cette phrase : « Vous êtes invités au mariage de Napoléon et de Marie-Louise. Tenue correcte exigée ». Cet événement est jugé particulièrement intéressant puisque 93 personnes l'aiment et 28 la commentent. Parmi les commentaires de remerciement pour cette invitation, certains notent son caractère insolite (« ¡ Qué divertido !<sup>118</sup> »), d'autres sont plus humoristiques comme celui-ci : « C'est gentil, merci pour l'invit. Mais qu'est ce que je fais? Je me déguise en homme ou je me planque au vestiaire<sup>119</sup>. », l'invitation étant exclusivement masculine.

L'enthousiasme des lecteurs est communicatif et engendre des réactions en chaîne. Ils n'hésitent pas utiliser la zone de commentaires de Gallica pour se répondre, aimer les commentaires des uns et des autres, donner des précisions sur des questions posées. À la suite d'une question sur l'origine du mot « livre tournois », un internaute remercie chaudement ceux qui ont effectué la recherche pour lui donner une réponse. Un dernier commentaire vient conclure cette conversation qui est née entre les Gallicanautes, indépendamment de toute réaction ou relance de Gallica : « C'est épatant ces conversations...<sup>120</sup> » Une véritable communauté, qui se développe seule, qui se reconnaît et communique, s'est donc créée autour de la page Facebook de Gallica, et parvient à être réunie chaque jour autour d'un post.

Si les Gallicanautes trouvent leur intérêt en suivant cette page, Gallica, par la discussion directe, récolte également des informations précises, qui éclairent sa démarche quotidienne et participent à son bon fonctionnement en général. Ainsi, le 26 novembre 2010, à la suite de l'énigme du vendredi, trouvée une fois de plus très

<sup>117</sup> Commentaire du 19 juillet 2010, 14h06.

<sup>118</sup> Commentaire du 15 septembre 2010, 11h53.

<sup>119</sup> Commentaire du 15 septembre 2010, 11h26.

<sup>120</sup> Commentaire du 29 septembre 2010, 13h03.

rapidement, Gallica demande directement à la personne qui a répondu juste la première, comment elle a réussi à trouver la réponse : « Une question à [...] : comment vous y êtes vous prise pour retrouver cette image dans Gallica ? Cela nous intéresse beaucoup (mais vous n'êtes pas obligée, bien sûr, de révéler vos secrets !)<sup>121</sup> ».

Le réseau social instaure ainsi une véritable relation qualitative avec les internautes, qu'il est important d'entretenir. Les rendez-vous réguliers proposés par Gallica (le lundi, c'est ...i ; le mercredi : jour des enfants ; l'énigme du vendredi) sont autant de manières de jouer sur la connivence qui se crée avec les internautes tout au long des semaines. Ces rendez-vous attendus sont également une manière d'apporter de la diversité – par les documents, les thèmes abordés – dans une continuité voulue par la régularité de ces rendez-vous. Cette diversité est primordiale puisqu'elle est avant tout la vitrine des collections de la Bibliothèque nationale de France. Elle fait aussi écho à la variété même des internautes qui sont abonnés à la page Gallica et qui suivent son activité régulièrement. Cette variété des goûts est visible à travers les interactions que permet Facebook et met en valeur les différentes façons dont sont appréhendés les documents. Même si le public de Gallica reste un public d'amoureux de la culture, il est néanmoins diversifié, composé d'écrivains, de chercheurs, de libraires, d'étudiants, d'enseignants et d'autres personnes, qui portent sur les documents un regard différent de celui des bibliothécaires. Cette réaction affective au contact des collections patrimoniales est un des principaux points positifs de cette communication sur les réseaux sociaux.

### **3.2.1.2. Un succès confirmé par les chiffres**

Si l'évaluation qualitative de la page Facebook de Gallica est sans appel à la lecture des quelques commentaires repris ci-dessus, la quantification du succès reste une tâche délicate. Il est nécessaire de se poser la question des indicateurs, fiables et invariables, qui pourraient évaluer, au moyen de chiffres, le succès d'une page comme celle de Gallica. Facebook propose à tout créateur et administrateur d'une page des statistiques, plus ou moins facilement exploitables. Avant de se pencher sur un échantillon de ces statistiques à une période donnée, il convient de rappeler le comportement des internautes sur le web. Depuis quelques années, il a été remarqué et confirmé que l'activité de tous les internautes suit un schéma identique : pour 10% de créateurs, d'actifs, 90% des internautes sont passifs, c'est-à-dire qu'ils se contentent uniquement de repérer les informations et de les lire, mais sans se prononcer de manière visible, sur le web. Facebook, même s'il sollicite activement ceux qui y sont inscrits, ne déroge pas à cette règle. À partir de son mur d'actualité, l'internaute peut prendre connaissance de l'intégralité des informations qui ont été publiées par les personnes et les organismes qu'il suit sur le réseau social. Il n'a ainsi nul besoin de cliquer sur un lien si ce qu'il a déjà vu lui suffit. La rapidité et la sélectivité restent les notions principales de ce type de consultation, sans oublier le fait que toute information doit être disponible, en un nombre de clic minimum, pour être largement et justement appréciée. Sans action sur le post, les statistiques de Facebook n'enregistrent, par défaut, aucune activité, alors que l'information a pu être lue. On ne peut donc pas véritablement comptabiliser le nombre de lectures pour chaque information publiée. De plus, ajouter une page à ses favoris ne signifie pas que l'on sera tenu au courant chaque jour de son actualité : Facebook propose en effet de masquer sur son mur toutes les publications d'une page que l'on ne juge plus intéressante.

---

<sup>121</sup> Commentaire du 26 novembre 2010, 13h32.

La page Facebook de Gallica a ouvert le 6 février 2010. En décembre 2010, 5617 personnes y sont abonnés. La progression du nombre de fans est très rapide, avec un premier pic au mois d'avril et un second lors des vacances d'été 2010.



**Tableau 1 : Progression des abonnements à la page Gallica (février-octobre 2010)**

Les statistiques fournies par Facebook permettent de savoir que la majorité des abonnés sont des femmes, 55% contre 45% d'hommes. La pyramide des âges montre que ce sont les 25-34 ans (28%) suivis de près par les 35-44 ans (24%) qui apprécient le plus la page. Pour la première tranche d'âge, on est évidemment en présence de personnes qui ont connu jeunes Internet et qui l'ont intégré tout naturellement dans leur comportement. Ce sont également les personnes de cet âge qui sont le plus inscrites sur Facebook. Les plus de 45 ans représentent 31% des amateurs de Gallica, preuve qu'ils se sont vite familiarisés aux outils Internet et web 2.0. Les moins de 25 ans sont les moins touchés par Gallica (13%), phénomène qui s'explique facilement par l'âge même des jeunes générations et les centres d'intérêt différents qu'il implique.

L'origine des inscrits est en grande partie française, de Paris notamment. La Bibliothèque nationale de France et Gallica restent des institutions connues en majorité par des spécialistes (chercheurs, bibliothécaires, etc.). Le poids de Paris dans le milieu culturel et universitaire français est également une des raisons pour laquelle il semble, à première vue, que ce sont en grande majorité les Parisiens qui y adhèrent. Le fait que Gallica publie en très grande majorité des documents français, le tout accompagné de commentaires en français empêche naturellement les non francophones d'apprécier l'activité de la page. On remarque toutefois que les inscriptions effectuées depuis un pays étranger sont de plus en plus nombreuses : il s'agit bien entendu de Français expatriés mais également d'étrangers, le plus souvent chercheurs ou bibliothécaires, qui manifestent dans leur langue leur présence sur la page de Gallica. On retrouve ici en grande majorité des amateurs anglo-saxons et américains mais également beaucoup d'Espagnols et de Portugais<sup>122</sup>.

Il faut également noter que les interactions du public augmente proportionnellement au nombre d'inscrits sur la page Facebook. Ces interactions regroupent les partages, les « j'aime » et les commentaires. Quatre périodes se dégagent depuis la création de la page : une première période, en février-mars, de mise en route avec quelques « j'aime »

<sup>122</sup> Une publication du 21 septembre 2010 recense sur 15 commentaires, 1 commentaire en anglais, 3 en espagnol et 1 en portugais.

et commentaires par jour ; à partir d'avril, les réactions sont plus fréquentes, on tourne autour de 14 interactions par jour. Les vacances d'été ont été un moment d'épanouissement, puisque les publications du 1<sup>er</sup> juillet 2010 au 31 octobre comptent environ 33 interactions par jour. À partir du mois de septembre, les publications à plus de trente interactions deviennent de plus en plus nombreuses : une fois par semaine environ, un post réunit plus de 50 interactions. Une nouvelle étape semble avoir été franchie à partir de la fin du mois d'octobre : en effet, sur la période allant du 1<sup>er</sup> novembre au 11 décembre, la moyenne d'interactions est de 62 par jour. Les publications ayant suscité l'intérêt de plus de 100 Gallicanautes sont de plus en plus fréquentes : on constate que l'énigme du vendredi est très attendue, et que les commentaires dépassent alors aisément le nombre de « j'aime ». Pour l'énigme du 23 novembre, une photographie du XIX<sup>e</sup> siècle présentant un modèle inconnu, 43 personnes aiment alors 70 la commentent. Et c'est l'album photo du 2 décembre 2010, « Gallica grelotte » qui remporte le plus de suffrages chez les Gallicanautes : 145 réactions.

Une étude plus approfondie de ces interactions, notamment des commentaires, permettrait certainement de mettre en avant un petit groupe de fans de Gallica que la simple lecture met déjà en évidence.

Un autre élément de statistiques est constitué par les chiffres que fournissent les raccourcis de lien bit.ly. L'utilisation de ce procédé, disponible sur le site du même nom<sup>123</sup>, est essentielle dans les publications sur les réseaux sociaux : les liens publiés sont ainsi plus courts, prennent moins d'espace inutile et rendent les textes plus lisibles<sup>124</sup>. Le site permet ainsi d'évaluer le succès des liens publiés, en comptabilisant la fréquence de leur consultation. Il fournit également des outils pour afficher les statistiques concernant les utilisateurs ayant cliqué sur ces liens. Il est donc très utile pour savoir si les Gallicanautes ont, oui ou non, cliqué sur les liens proposés par Gallica. Il permet également de localiser les personnes ayant pris connaissance du lien<sup>125</sup>.

Le succès de la page Facebook de Gallica semble ici indéniable, confirmé tant par les avis et réactions des internautes que par les statistiques qui les chiffrent de manière quantitative. Il convient de revenir rapidement ici sur le fil Twitter de Gallica qui, s'il est moins fréquenté que Facebook, enregistre tout même une consultation des tweets qui peut varier de 100 à 400 followers<sup>126</sup>. Au 11 décembre 2010, le fil GallicaBnF est suivi par 1338 followers. Ceux-ci diffèrent sensiblement des abonnés Facebook. Le grand public y est moins représenté que les professionnels qui utilisent bien souvent ce réseau social bien souvent dans le cadre de leur travail : la veille documentaire est en effet une activité répandue sur Twitter. Les fonctionnalités même de Twitter en font un outil différent : un caractère semi-privé subsiste car, contrairement à Facebook, toutes les informations n'apparaissent pas sur le fil. Le fait que Twitter ne présente pas d'images, qu'il faille cliquer sur un lien pour y accéder, est une des raisons qui le rendent moins populaires que Facebook. Ce dernier réseau social est plus efficace, il attire plus car il présente toutes les informations, à portée de main, sans la nécessité de cliquer, donc d'être actif. L'importance des images, surtout en ce qui concerne des documents patrimoniaux numérisés, est essentielle.

---

<sup>123</sup> <http://bit.ly/> [Consulté le 14 décembre 2010]

<sup>124</sup> C'est Twitter qui a favorisé la popularité de ce service, sachant que les tweets sont limités à 140 caractères.

<sup>125</sup> Les statistiques proposées par ce service sont donc très précises et ponctuelles : pour cette étude, nous n'avons pas pu avoir accès à ces chiffres. De plus, le degré de précision qu'apportent ces statistiques ne semblait pas essentiel pour cette étude.

<sup>126</sup> Ces chiffres indicatifs, données lors d'un entretien du 26 octobre 2010 avec Mélanie Leroy-Terquem et Lionel Maurel, n'ont pas pu être approfondis par des statistiques plus fines. Les indications ci-après relèvent également de leur appréciation, tous deux étant animateurs du fil Twitter de Gallica.

### 3.1.3. Quelques critiques

Susciter des réactions affectives chez les internautes peut engendrer tant l'enthousiasme que l'agacement. Ainsi, lors de la Coupe de Monde de football de 2010, pendant toute la durée de l'événement, Europeana choisit d'animer sa page Facebook en incluant uniquement des liens vers des documents iconographiques, photographiques représentant des matches du XX<sup>e</sup> siècle. Sur les 24 posts qui couvrent la période de la Coupe, 22 sont liés directement à l'histoire du football. Cette fixation sur un événement qui n'intéresse pas tout le monde a parfois suscité le mécontentement de personnes aimant la page d'Europeana et, en ces mois de juin et juillet 2010, les désabonnements ont été plus nombreux que le reste de l'année.

La page Facebook de Gallica a connu, pour l'instant, une seule discussion animée sur sa zone de commentaires. En effet, le 21 juin 2010, un Gallicanaute lui reproche de ne promouvoir que des documents insolites, drôles et ne pas laisser une place suffisante à la littérature, qui pourtant représente une grande partie des collections de la Bibliothèque nationale de France<sup>127</sup>. La réponse de Gallica rappelle la diversité des collections patrimoniales conservées à la BnF et disponibles sur Gallica, tout en mettant l'accent sur les documents littéraires présentés sur sa page les semaines précédentes. Cette discussion, constituée de 15 commentaires dont 5 de la personne critiquant la politique de Gallica, est en réalité animée par les Gallicanautes qui ont pris tout naturellement la défense de Gallica, suivis en cela par de nombreux autres internautes, comme le montrent les « j'aime » qui ponctuent chacun de leurs commentaires. Gallica n'a donc eu à intervenir qu'une seule fois, sa défense étant largement assurée par les personnes qui la suivent. Cette solidarité spontanée prouve l'attachement que manifestent désormais les Gallinautes à l'égard de la page Gallica et de sa politique éditoriale, à savoir présenter quotidiennement des documents de toutes natures, représentatifs de la richesse de cette bibliothèque numérique, comme de celle de la Bibliothèque nationale de France.

## 3.2. L'attitude des bibliothèques

Si les exemples cités tout au long de cette partie sont des signes évidents que les bibliothèques ont pris conscience de l'intérêt qu'elles avaient à présenter leurs collections patrimoniales numérisées sur les réseaux sociaux auxquels elles sont inscrites, il convient cependant de replacer ces initiatives dans un contexte plus global. Nous avons vu que seulement 30% des bibliothèques françaises possèdent un compte sur un réseau social<sup>128</sup> : celles qui ont choisi de l'utiliser pour valoriser des documents patrimoniaux sont encore moins nombreuses. Suivant les listes recensant les bibliothèques françaises qui utilisent un réseau social, seules douze bibliothèques françaises, physiques, ont actuellement, par une activité régulière ou grâce à une seule publication, évoqué le patrimoine numérisé qu'elles conservaient<sup>129</sup>.

Il est cependant intéressant de remarquer que le fait de posséder une bibliothèque numérique, ou tout au moins de proposer en ligne un accès à des documents patrimoniaux numérisés par la bibliothèque, n'est pas forcément un critère de valorisation de ces mêmes documents. En reprenant à nouveau la liste des bibliothèques

---

<sup>127</sup> Cette conversation a été reproduite en annexe n°3, tout en gardant l'anonymat des intervenants.

<sup>128</sup> EBSCO. *Social Media in Libraries in Europe...*

<sup>129</sup> Voir en annexes n°2.

numériques françaises recensées sur Bibliopédia<sup>130</sup>, on constate tout d'abord que très peu de ces institutions sont sur des réseaux sociaux. Ensuite, si elles y sont présentes, leurs collections numérisées n'y sont pas du tout représentées. Plusieurs raisons expliquent cette absence : l'ignorance du devenir des données déposées sur les réseaux sociaux, sur Facebook en particulier, et la crainte de les voir utilisées à l'insu de la bibliothèque ; une collection numérisée trop restreinte ou trop spécialisée qui présente un moindre intérêt pour une valorisation large sur un réseau social ; le manque de temps des équipes ou, le plus souvent, de la personne animant le réseau social<sup>131</sup>. Cette dernière raison reste légitimement la plus invoquée par les bibliothèques. Souvent le réseau social s'est créé sous l'impulsion d'une personne, intéressée par les nouveaux moyens de communications sur Internet. Bien que la décision ait été validée par la hiérarchie, cette personne se retrouve seule pour animer le compte de la bibliothèque, sans véritable politique éditoriale décidée en amont, parfois sans soutien particulier de ses collègues. Dans ces conditions, la nouvelle mission étant rarement inscrite dans une fiche de poste, les publications deviennent nécessairement sélectives. Les événements concernant directement la bibliothèque, les informations sur les actualités de cette dernière (fermeture, conférences, expositions etc.) sont dès lors prioritaires : la valorisation du patrimoine numérisé n'est pas prise en considération, si ce n'est, une fois de plus, pour mettre en valeur un outil ou une animation de la bibliothèque.

L'attitude des bibliothèques municipales et des bibliothèques universitaires peut également différer sur le sujet, notamment selon la nature des documents numérisés. Les bibliothèques universitaires, si elles proposent des collections patrimoniales numérisées, conservent le plus souvent des documents de recherche et d'études. Ces documents spécialisés, une fois numérisés, facilitent le travail des chercheurs. Mais on imagine plus difficilement une valorisation de grande envergure sur un réseau social. On peut penser ici aux collections numérisées de droit de la Bibliothèque de l'Université Aix-Marseille 3, précieuse pour les chercheurs, mais d'un intérêt limité pour un autre lecteur. De même, si les avantages de la mise en ligne sur Flickr par le Service commun de la documentation de Limoges de l'herbier napoléonien sont nombreux (mise en ligne quasi gratuite tout en bénéficiant des fonctionnalités de lecture et de consultation proposées par Flickr, possibilité de visibilité maximale etc.), son impact est très faible, ce que confirme des statistiques de consultation et de visualisation faibles. De plus, la présentation de chacune des pages de l'herbier est sommaire : il n'y a que le numéro de cliché, sans nom explicite, comme celui de la plante représentée. L'appréhension de cette collection en est donc rendue malaisée.

La question de la présentation des publications est en effet capitale : ainsi, pour la plupart des cas cités, celle-ci est uniquement descriptive. On annonce la mise en ligne de nouveaux documents, la création d'un album photos, sans donner davantage de détails. Les publications relatives aux documents patrimoniaux sont traitées de la même manière que l'annonce d'un événement de la bibliothèque. Certaines bibliothèques choisissent des introductions techniques, qui s'adressent seulement à des spécialistes, des chercheurs, comme c'est le cas pour la page Facebook d'Europeana Regia. Le manuscrit de la Bibliothèque de Valence présenté le 10 novembre 2010 est accompagné de cette unique mention : « Universitat de València (Biblioteca Històrica). BH Ms. 0394, Rossellus, Paulus : Descendentia Regum Siciliae, València, [1436-1437] (fol. 8v-9r) »,

---

<sup>130</sup> BIBLIOPEDIA. *Bibliothèques numériques* [En ligne].

[http://www.bibliopedia.fr/index.php/Biblioth%C3%A8ques\\_num%C3%A9riques](http://www.bibliopedia.fr/index.php/Biblioth%C3%A8ques_num%C3%A9riques) [Consulté le 11 décembre 2010]

<sup>131</sup> Plusieurs entretiens réalisés auprès de bibliothécaires en charge de l'animation de la page de leur bibliothèque sur un réseau social ont permis de dégager ses principales raisons. Il convient de garder à l'esprit que chaque bibliothèque, d'État ou territoriale, évolue dans un contexte différent et que ses raisons, si parfois elles s'ajoutent, sont souvent spécifiques d'une situation donnée.

qui relève davantage de la notice bibliographique que d'une présentation générale et attrayante du document.

Il existe cependant des bibliothèques qui soignent ces commentaires pour qu'ils captent l'attention de l'internaute, afin de l'amener à une découverte plus approfondie de la bibliothèque. Les publications de Gallica, à la fois sur Facebook et Twitter, sont un bon exemple de la diversité de ces phrases, de la diversité de ton aussi que l'on peut employer pour mieux attirer le public. Nombreuses sont celles qui posent une question à l'internaute (« Connaissez-vous Rodolphe Töpffer, considéré par certains comme le père de la BD au XIX<sup>ème</sup> siècle ?<sup>132</sup>»), qui s'adressent directement à lui (« Faites votre choix parmi ces dix bouquets photographiés sur des plaques autochromes...<sup>133</sup>»), etc. Ces introductions ont également l'avantage d'être courtes, donc lisibles en entier sans avoir à cliquer pour dérouler l'ensemble de l'information. Le procédé bit.ly est un atout majeur pour donner les informations essentielles, en un minimum de signes.

Dans un souci de donner toujours le maximum d'informations pertinentes aux Gallicanautes, Gallica, sur sa page Facebook, complète souvent la vignette publiée par un premier commentaire qui l'approfondit en donnant la possibilité de cliquer sur des liens complémentaires. On remarque également que les réponses de Gallica aux questions ou remarques des internautes sont toujours rapides et accompagnées de liens, qui complètent la réponse au moyen de documents disponibles sur Gallica. Une véritable relation qualitative s'installe dans les commentaires, tout d'abord par le simple fait de répondre nommément aux questions, puis par le fait de les enrichir de données supplémentaires. Ces réponses, souvent accompagnées de « j'aime », montrent qu'elles correspondent aux attentes des Gallicanautes et qu'elles les satisfont également, parfois au-delà de leurs attentes.

Les exemples cités ci-dessus sont le plus souvent issus des réseaux sociaux animés par Gallica. Il convient ici d'avoir en tête que Gallica est une bibliothèque numérique : les documents numérisés patrimoniaux sont donc son essence et c'est grâce à eux qu'elle fonctionne et se développe. Il semble naturel que son activité sur les réseaux sociaux soit focalisée sur la présentation détaillée de ces collections numérisées. À l'inverse, une bibliothèque municipale ou universitaire n'est pas uniquement composée de documents patrimoniaux, qui plus est numérisés. Sa présence sur les réseaux sociaux reflète donc la diversité de l'institution, en mettant en valeur chacun des départements, chacun des pôles. Gallica reste un cas français à part, dont l'importance s'explique notamment par celle de son institution de rattachement et les moyens mis à disposition pour son développement. Ainsi, l'animation des réseaux sociaux par Gallica ne concerne pas les mêmes effectifs qu'une autre bibliothèque française : deux conservateurs de la Bibliothèque nationale de France s'occupent, au minimum une heure par jour, de l'animation du compte Facebook et du fil Twitter, en alternance une semaine sur deux. Ce confort de personnel permet d'établir une véritable politique éditoriale et documentaire pour les documents mis en valeur sur les réseaux sociaux, mais également de profiter de la connaissance des fonds disponibles sur Gallica, des techniques de recherche et de veille documentaires de chacun.

Le succès de Gallica sur les réseaux sociaux peut être un modèle pour les bibliothèques cherchant à valoriser leur patrimoine numérisé mais il doit être replacé dans son contexte, celui de la bibliothèque numérique de la Bibliothèque nationale de France. Si ses techniques de valorisation sont pertinentes dans ce cas particulier, peut-être sont-elles inadaptées en ce concerne une bibliothèque territoriale ou universitaire.

---

<sup>132</sup> Post du 27 octobre 2010.

<sup>133</sup> Post du 30 novembre 2010.

Les tentatives reprises tout au long de cette partie montrent que la question du patrimoine numérisé n'est pas ignorée par les bibliothèques mais qu'elle suscite encore de nombreuses interrogations. Hormis la Bibliothèque nationale de France et Gallica, rares sont les institutions à proposer directement des collections patrimoniales en ligne sur les réseaux sociaux. Une véritable réflexion doit être mise en place au sujet de ce mode de valorisation, de l'opportunité des réseaux sociaux mais également de la mise en valeur de manière pertinente et visible du patrimoine numérisé.

# Préconisations : quelle place pour les documents patrimoniaux numérisés sur les réseaux sociaux ?

---

Enrichir la présence des bibliothèques sur les réseaux sociaux en misant également sur la valorisation en ligne des collections patrimoniales qu'elles conservent est un des nombreux enjeux qu'ont à relever les bibliothèques à l'heure du web 2.0. Comme toute politique de communication, cette inscription multiple sur le web doit nécessairement être construite, réfléchie pour espérer en obtenir un bénéfice maximal mais également pour lui permettre d'évoluer au fil des améliorations technologiques et des attentes des internautes. Nous avons tenté de réunir ci-dessous quelques préconisations utiles pour étoffer et animer au mieux sa présence numérique, notamment en ce qui concerne les fonds patrimoniaux numérisés.

## 1. INSCRIRE LA PARTICIPATION A UN RESEAU SOCIAL DANS UNE POLITIQUE DE COMMUNICATION GLOBALE

De plus en plus de bibliothèques françaises s'inscrivent chaque année sur un ou plusieurs réseaux sociaux. Nous avons vu les opportunités que peut revêtir une présence multiple sur le web, tant au niveau de l'amélioration du dialogue et de la communication avec les usagers que dans le domaine de la valorisation des collections et de l'actualité de la bibliothèque. Cependant, être inscrit sur un réseau social ne suffit pas à mettre en œuvre une politique de communication efficace. On ne peut se contenter d'être sur Facebook ou Twitter pour le simple fait d'y être, d'avoir une page au nom de l'institution. Nombreux sont les cas de profils ou de plateformes créés en dilettante, animés de manière irrégulière, sans être soutenus par une stratégie de communication plus globale. Comme pour toute autre source d'informations de la bibliothèque, il est nécessaire d'élaborer une réelle stratégie d'investissement comprenant des objectifs clairs, d'inclure les réseaux sociaux dans une vraie démarche de dialogue avec le public. Les abonnés d'une page, d'un compte ne peuvent qu'être acceptés passivement : une réflexion doit naître sur la raison pour laquelle un groupe de fidèles se regroupe autour de l'émanation virtuelle de la bibliothèque.

Chaque moyen de communication a des modalités qui lui sont propres et qui donnent une vraie valeur ajoutée aux informations qu'il diffuse. C'est sur la question de cette particularité que doit se pencher la bibliothèque pour savoir si l'utilisation d'une plateforme de réseau social correspond aux attentes de la communication qu'elle a élaborée et surtout pour la mettre en valeur. *Bibliobsession*, dans un billet du 6 octobre 2010, présente l'exemple du Twitter de la Bibliothèque de l'Université de Rio de Janeiro et son échec auprès des usagers habituels de cet établissement, faute d'avoir établi un projet de communication en amont<sup>134</sup>. Proposer un contenu spécifique à chaque utilisateur d'un réseau social précis, défini en fonction de la plateforme et des possibilités qu'elle permet, est le meilleur moyen de mettre en avant de manière pertinente des actualités et des documents. Dans le cas de la mise en valeur de documents patrimoniaux numérisés, le simple fait de poser la question de leur présence

---

<sup>134</sup> MERCIER, Silvère. « Twitter et les bibliothèques du Brésil », in *Bibliobsession*, 06 octobre 2010 [Billet en ligne]. <http://www.bibliobsession.net/2010/10/06/twitter-et-les-bibliotheques-au-bresil/> [Consulté le 13 décembre 2010]

ou non sur le réseau social utilisé participe à la définition de la politique éditoriale qui le régit. Il est également nécessaire de s'interroger sur le public visé, car il est naturellement impossible de toucher de manière optimale tous les âges, toutes les conditions sociales et tous les genres.

Si définir une politique est indispensable, cette dernière ne doit cependant pas être figée. Les réseaux sociaux sont par nature changeants, s'adaptant aux innovations technologiques, aux besoins des internautes, etc. Afin de proposer une information toujours pertinente et utile, la bibliothèque doit être en constante adaptation et expérimenter de différentes manières sa présence numérique. La notion d'expérimentation reste primordiale dans ce contexte : l'apprentissage du bon usage de ces plateformes se fait par étapes, en essayant, en innovant, en s'inspirant de ce qui est fait par d'autres institutions. La Bibliothèque Municipale de Sedan a choisi ainsi de multiplier sa présence sur le web (Facebook, Twitter, Netvibes, Delicious, Youtube, etc.) pour se rendre compte, en utilisant concrètement ces sites, de leurs possibilités et de leurs avantages. Cette phase d'expérimentation a permis de sélectionner un certain nombre de sites et d'en distinguer des usages spécifiques afin de les intégrer au nouveau portail de la Bibliothèque, mis en ligne au début de l'année 2011<sup>135</sup>. C'est ainsi que l'on peut apprendre à connaître les plateformes et prendre conscience de ce qui marche ou non auprès des publics.

Définir une politique éditoriale signifie également mettre en place des modalités d'alimentation des réseaux sociaux. La régularité est une notion capitale, à la fois pour tenir les internautes au courant en temps réel des activités de la bibliothèque mais également pour que ceux-ci n'oublient pas la présence de cette dernière sur le web : leur intérêt et leur curiosité doivent être sollicités fréquemment. En ce qui concerne le patrimoine numérisé, les conditions de publication divergent selon l'institution. On a déjà mentionné les enjeux différents de mise en valeur de documents provenant d'une bibliothèque physique ou d'une bibliothèque uniquement virtuelle. Une bibliothèque physique, bien que possédant des collections numérisées mais ayant choisi d'ouvrir un compte au nom de l'institution, doit faire écho à l'actualité de toute l'institution. Une bibliothèque virtuelle, telles que Gallica ou Europeana, concentre ses publications sur ses contenus.

Dans le cas de bibliothèques conservant des collections patrimoniales, dont la numérisation est plus ou moins avancée, il faut trouver un équilibre entre la place donnée aux documents numérisés et celle dévolue aux autres informations. Les publications relatives à ces documents doivent refléter leur place au sein de l'institution : ne pas leur donner une place trop importante mais également ne pas les négliger, pour ne rendre vraiment compte de la diversité des fonds qui composent la bibliothèque. Le type de document numérisé peut également être un critère de choix : on a vu que les photographies, les documents rares et précieux suscitent plus d'intérêt que d'autres moins remarquables.

On peut aussi ajouter à ce type de valorisation la question du signalement du patrimoine d'autres bibliothèques. Les réseaux sociaux sont l'occasion de mettre en avant des partenariats, des relations privilégiées entre institutions culturelles. Les comptes Facebook et Twitter de Gallica, en relayant les billets de son blog, présentent à leurs abonnés les différentes bibliothèques numériques qui rejoignent régulièrement Gallica, leur donnant ainsi accès directement aux collections de ces établissements. C'est notamment l'objet de la publication du 22 novembre 2010, relative aux collections de la BDIC (bibliothèque de documentation internationale contemporaine), de la BnA

---

<sup>135</sup> Entretien téléphonique du 23 octobre 2010 avec Arnaud Degrève, directeur de la Bibliothèque Municipale de Sedan.

(Banque numérique du savoir d'Aquitaine), d'Archimer (Archive Institutionnelle de l'Ifremer), et de la bibliothèque numérique de l'Université Rennes 2. Dans le cadre d'expositions ou de billets de blogs, la bibliothèque peut être amenée à chercher des documents d'autres bibliothèques venant illustrer son propos, ou compléter ses propres collections. Le post sur Facebook du 26 octobre 2010 de la Bibliothèque Municipale d'Angers invite ainsi les lecteurs à consulter des livres numérisés, conservés dans d'autres institutions, et mis en valeur lors de l'exposition consacrée au Roi René.

Cependant, les réseaux sociaux ne doivent pas être considérés indépendamment des autres émanations numériques de la bibliothèque. Ils sont d'abord un moyen de mettre en valeur ces autres médias de valorisation du patrimoine, comme on a pu le voir dans les exemples précédents, par la valorisation indirecte. De même, il est essentiel de réfléchir à la stratégie de valorisation que veut mettre en place la bibliothèque pour ces collections patrimoniales : fondée sur des contenus directs, comme le fait Gallica ou Europeana ou davantage axée sur des liens, sur des renvois à d'autres outils plus précis. Les bibliothèques anglo-saxonnes, comme la British Library ou la Bibliothèque du Congrès ne mettent en valeur directement que très rarement directement sur leur compte Facebook ou Twitter des documents numérisés. La British Library, sur sa page Facebook, a choisi de proposer régulièrement – au moins une fois par semaine – des actualités relatives à ses fonds patrimoniaux<sup>136</sup>. Ainsi, même s'ils ne sont jamais valorisés directement, par des images notamment, il est rappelé fréquemment qu'ils ont été utilisés dans un cadre précis : une exposition, une conférence, un blog, etc. En 2009, une exposition, à la fois physique et virtuelle, consacrée à Henri VIII fait l'objet de nombreux posts sur la page de la Bibliothèque, rappelant régulièrement aux internautes son existence. Des liens vers des articles de journaux louant l'exposition sont également publiés. Tout en exposant la diversité de ses fonds, c'est avant tout la continuité qui guide la publication de ces informations, en se concentrant sur des événements précis et de grande envergure. De même, la valorisation de contenus thématiques se fait surtout par le biais de renvois vers des blogs spécialisés, comme celui dédié à la période victorienne et créé essentiellement pour proposer des matériaux pédagogiques aux enseignants<sup>137</sup>. La Bibliothèque du Congrès assure, quant à elle, la visibilité de ses collections patrimoniales en s'investissant uniquement sur Flickr, les sites comme Facebook et Twitter permettant de faire le lien avec cette plateforme de distribution. Les réseaux sociaux sont ici avant tout des propulseurs d'informations, en ce qui concerne les documents patrimoniaux. D'autres outils se chargent d'en faire une valorisation plus directe et approfondie.

La politique de valorisation des documents patrimoniaux dépend aussi étroitement du réseau social choisi. Si l'on souhaite insister sur des corpus entiers, permettre aux internautes de collaborer à leur indexation, on choisira plus facilement Flickr. Des sites comme Youtube et Dailymotion permettent la diffusion des vidéos conservées par la bibliothèque. Ces plateformes à la fois de partage et de distribution sont un autre moyen de communication des documents pour la bibliothèque : l'internaute peut y avoir accès à n'importe quel moment, quelle que soit la date du dépôt du document. Des réseaux sociaux comme Facebook et Twitter sont davantage inscrits dans l'instant : l'information est suivie au jour le jour, il n'y a pas véritablement d'accumulation des publications. Le succès des réseaux sociaux est également un élément de choix : Facebook est nettement plus utilisé aujourd'hui par la population française que Twitter par exemple. Les fonctionnalités de Twitter sont également à prendre en compte : 140 caractères, pas d'images, ce qui rend l'appréhension des documents plus difficiles. Les bibliothèques l'utilisent d'ailleurs le plus souvent pour suivre l'actualité à chaud et pour

---

<sup>136</sup> THE BRITISH LIBRARY. *Page Facebook : The British Library* [En ligne] <http://www.facebook.com/?ref=logo#!/britishlibrary> [Consulté le 13/12/2010]

<sup>137</sup> Post du 19 mars 2010 : « New resources for history teachers written by Liza Pickard <http://www.bl.uk/learning/histcitizen/victorians/victorianhome.html> Try the slideshows »

effectuer de la veille documentaire : la valorisation des collections patrimoniales ne leur semble pas pertinente sur ce site, elles lui préfèrent Facebook. La notoriété de ce dernier site, ces fonctionnalités (commentaires, partage, « j'aime ») et leur facilité d'usage en font une plateforme idéale pour accroître la visibilité de la bibliothèque.

Des questions plus pratiques se posent en ce qui concerne l'utilisation des réseaux sociaux. Dans le cas de Flickr, un compte professionnel, moyennant 24,95\$ par an, offre davantage de possibilités à la bibliothèque (suppression de la publicité, espace de stockage illimité, obtention de statistiques, accès aux fichiers originaux...) pour mieux gérer son profil et en tirer un maximum de bénéfices. De même, sur Facebook, la bibliothèque a le choix entre créer un profil, une page et un groupe. La majorité des établissements ont aujourd'hui opté pour la deuxième solution, qui permet de fédérer une large communauté, contrairement au profil et au groupe qui ne peut dépasser par les 5000 adhérents. Cependant, la page ne permet pas de « prospecter » les éventuels abonnés : un profil, en revanche, donne la possibilité d'aller solliciter les internautes, en les invitant à devenir « ami » avec l'institution. Il est également nécessaire de définir quelle participation des usagers on souhaite sur sa page : Facebook permet à chacun de s'exprimer librement au moyen de commentaires. Cependant, un usage trop intensif de cette option dilue les informations publiées par la bibliothèque. Elle a donc la possibilité de la supprimer pour que seule l'actualité de l'établissement paraisse à la fois sur son mur et sur le mur de ses abonnés. Une réflexion doit aussi être menée au sujet des paramètres de confidentialité, pour protéger au mieux l'institution et son identité numérique.

De même, si la bibliothèque décide de mettre du contenu directement sur les réseaux sociaux, il est important de donner accès à l'internaute au plus d'informations possibles. Chaque publication de Gallica renvoie directement vers la bibliothèque numérique : on peut ainsi consulter le document dans son intégralité, mais aussi effectuer des recherches annexes dans le catalogue de Gallica. La Bibliothèque de Toulouse, sur Flickr, intègre dans la notice descriptive de ses photos des liens vers les notices du catalogue de la Bibliothèque numérique. Les documents mis ainsi en ligne appartenant à ces bibliothèques numériques, il semble essentiel de créer un lien direct et rapide vers ces outils, tant pour les mettre en valeur auprès des internautes que pour signifier la provenance des documents.

Enfin, pour toucher un maximum d'internautes, il est tentant de s'inscrire plusieurs réseaux sociaux. Cette solution peut se révéler pertinente si chacune des inscriptions est motivée par un projet et un corpus de documents spécifiques. Chaque compte possède dès lors une identité propre, et l'internaute peut choisir d'adhérer à tel ou tel réseau social, suivant l'aspect de la bibliothèque qu'il souhaite suivre. De plus, les pages créées peuvent héberger des applications et proposer de cette manière plus de contenu et d'interaction : Twitter propose de lier automatiquement une page Facebook à un fil Twitter, pour diffuser ainsi simultanément les nouveautés sur ces deux réseaux. Au contraire, la diversité des comptes, sans réelle distinction d'animation, entraîne le risque de multiplier les points d'informations sans leur donner une valeur supplémentaire et finalement de noyer l'utilisateur sous une masse indistincte d'actualités.

Une fois décidé le ou les réseaux sociaux que va utiliser la bibliothèque, il faut également se soucier de son/leur signalement. Si les bibliothèques françaises sont aujourd'hui sur ces sites, il est étonnant de remarquer que leur site institutionnel en fait rarement mention. Il existe cependant des logos, menant directement à la page du réseau social, qui peuvent être facilement intégrés à la page d'accueil d'un site institutionnel. Outre la page d'accueil du site, des pages plus thématiques peuvent également renvoyer vers ces réseaux. Ainsi, si un corpus numérisé est mis en ligne sur une plateforme de

distribution, il est logique que la rubrique du site consacrée au patrimoine numérisé y fasse explicitement référence.

Tous les points d'information nourris par la bibliothèque (blogs, newsletter, expositions virtuelles sur site dédié etc.) sont autant d'occasions de faire part au public de la présence de celle-ci sur des réseaux sociaux. La newsletter de Gallica, envoyée mensuellement à ses abonnés, se termine par deux invitations : « Suivez-nous sur Twitter » et « Rejoignez nous sur Facebook ». Ce rappel régulier voit le nombre d'inscriptions sur ces deux réseaux sociaux s'accroître légèrement dès que la newsletter paraît.

Mais la publicité autour de ces présences numériques ne se cantonne pas au web. Comme toute information relative à la bibliothèque, il est nécessaire de la rendre visible au sein même de cette dernière, sur des affiches, dans les guides au lecteur, sur des plaquettes d'information etc., mais également à l'oral, lors de l'inscription des usagers par exemple ou lors de conférences organisées par la bibliothèque. La communication effectuée autour de l'arrivée de la Bibliothèque Universitaire de Lyon 1 sur Facebook prouve la diversité des moyens entrepris : des flyers ont été mis en place et distribués dans la Bibliothèque, l'information a été relayée par la newsletter ou sur la page Facebook de l'université tandis qu'un lien vers le site a été mis en place sur la page d'accueil du site de la Bibliothèque. Un mail général a été envoyé à toutes les associations étudiantes ainsi qu'à tous les étudiants de l'Université Lyon 1. Chaque rencontre avec les enseignants, lors de formations, conférences, est aussi l'occasion de promouvoir la présence de la Bibliothèque sur ce réseau social.

Le nom pris par l'institution sur ces sites demande également réflexion : il faut qu'il soit explicite et facilement trouvable par tout internaute. Des différences dans les initiales, dans les majuscules peuvent parfois mener à des pages, à des profils différents, comme nous l'avons vu avec la Bibliothèque nationale de Strasbourg. Twitter, par le nombre limité de caractères qu'il tolère, peut poser un véritable problème pour la dénomination des bibliothèques. Le Service commun de la documentation de Poitiers a choisi comme nom *Pictup*, la Bibliothèque de Toulouse *biblio\_tlse*, deux dénominations qui ne sont pas les plus évidentes à retrouver.

L'activité des bibliothèques sur les réseaux sociaux doit être coordonnée par la politique de communication globale de l'établissement. Mais cette coordination peut difficilement avoir lieu si une personne (ou une équipe) n'est pas désignée pour accomplir cette mission dans la continuité et assurer ainsi la cohérence et la régularité des informations diffusées sur le réseau social.

## 2. UNE MISSION A PART ENTIERE

Nous avons vu précédemment que le manque de temps était une des raisons principales du peu d'investissement des bibliothèques françaises sur les réseaux sociaux. L'enquête EBSCO de juillet 2010 confirme que peu de temps est accordé à la mise à jour des informations sur les médias sociaux, puisque 56% des bibliothèques publient moins de 5 messages par semaine tandis que seulement 8% d'entre elles en rédigent au moins 2 par jour. Les principales difficultés rencontrées face aux médias sociaux sont donc, pour 41% des interrogés, le caractère chronophage de la mission<sup>138</sup>.

La valorisation des collections patrimoniales numérisées se fait alors par défaut. Si les réseaux sociaux sont intégrés dans une politique de communication globale de l'établissement, il est par conséquent nécessaire qu'une personne ou une équipe se voit

---

<sup>138</sup> EBSCO. *Social Media in Libraries in Europe...*

confier cette mission officiellement, en tant qu'animateur de communauté (*community manager*).

Les solutions adoptées aujourd'hui par les bibliothèques pour alimenter le plus efficacement possible leurs comptes sur les réseaux sociaux sont diverses. À la Bibliothèque Universitaire d'Angers, huit administrateurs animent le compte Facebook en rédigeant directement sur la page et en gérant les commentaires en flux tendu<sup>139</sup>. Les Bibliothèques-Médiathèques de Metz ont mis en place une équipe, composée de plusieurs agents de l'établissement et misant sur leurs compétences particulières, appuyée en plus sur un service de communication déjà existant<sup>140</sup>. La Bibliothèque de Toulouse a recruté il y a deux ans un webmestre chargé, entre autres, de gérer les réseaux sociaux tout en veillant à leur alimentation régulière, en rapport avec l'agenda culturel de la Bibliothèque<sup>141</sup>. Nous avons déjà évoqué le cas de Gallica où deux conservateurs sont chargés en alternance de la gestion et de l'alimentation des réseaux sociaux, à raison d'une heure environ par jour.

Quelle que soit la solution pratique adoptée, deux fonctions doivent être nécessairement représentées : un rédacteur en chef et un administrateur technique<sup>142</sup>.

La fonction de rédacteur en chef, semblable à celle qui existe dans la presse, assure la synthèse des informations recueillies afin de rédiger un texte pertinent et adéquat pour le public et le média qui le diffuse. En effet, l'animateur du réseau social n'est pas forcément celui qui produit l'information. En ce qui concerne les collections patrimoniales, on imagine que ce sont les agents travaillant dans ce service qui sont le plus à même de donner au lecteur des informations sur le fonds documentaire dont ils s'occupent. Leur connaissance des documents conservés, de leur intérêt et de leur originalité, leur expertise sur des fonds patrimoniaux spéciaux mais également leur connaissance du fonctionnement du service (par exemple, des campagnes de numérisation) leur permettent de mieux choisir l'information et de la relayer auprès du public visé. La fonction de rédacteur en chef permet d'harmoniser toutes ces informations. Les textes ont parfois besoin d'être retravaillés en interne pour leur assurer une bonne communication numérique. Cette réécriture permet aussi d'aboutir à une continuité dans le ton des informations diffusées par la bibliothèque : le réseau social définissant l'identité numérique de la bibliothèque, les messages qui l'alimentent doivent refléter une manière d'agir commune à la bibliothèque, une même vision partagée par l'ensemble des personnes qui contribuent au média social. La convergence de toutes les informations produites par les services de la bibliothèque en direction d'une personne ou d'une équipe qui les rediffuse, après les avoir unifiées, fédère également toute la bibliothèque derrière une même voix. Les Bibliothèques-Médiathèques de Metz ont choisi de représenter la bibliothèque par un avatar, Miss Média, qui, à la première personne, représente un discours collectif porté par l'ensemble de l'institution et de ses personnels. Cette personnalité est devenue, au fil des mois, un outil interne fort et c'est elle qui se charge d'informer les internautes des nouveautés et des actualités de la bibliothèque sur Facebook<sup>143</sup>.

L'animateur de communauté, personne ou équipe, doit également être un administrateur technique, capable d'effectuer un travail régulier sur les outils utilisés au

---

<sup>139</sup> TACHEAU, Olivier. « # ! \$ ? ! Zut ! \$ ? ! Mais où ai-je mis mon épée laser ? : les bibliothèques universitaires... », in *La bibliothèque contre-attaque : les services innovants dans les bibliothèques*, Journée d'études de l'Association des Bibliothécaires de France, jeudi 4 novembre 2010 [En ligne] [http://www.slideshare.net/tacheau/zut-mais-o-aije-mis-mon-pe-laser?from=ss\\_embed](http://www.slideshare.net/tacheau/zut-mais-o-aije-mis-mon-pe-laser?from=ss_embed) [Consulté le 13 décembre 2010]

<sup>140</sup> Entretien téléphonique du 14 octobre 2010 avec André-Pierre Syren, directeur des Bibliothèques-Médiathèques de Metz.

<sup>141</sup> Entretien téléphonique du 17 novembre 2010 avec Pascal Krajewski, responsable du Service "Gestion et Développement Informatiques" de la Bibliothèque de Toulouse.

<sup>142</sup> PECATTE, Patrick. « Flickr et PhotNormandie : une entreprise collective de redocumentarisation », in *Documentaliste*, n°1, vol. 46, 2009, p. 52-53.

<sup>143</sup> Entretien téléphonique du 14 octobre 2010 avec André-Pierre Syren, directeur des Bibliothèques-Médiathèques de Metz.

quotidien. L'enquête EBSCO montre en effet que la deuxième raison qui freine les bibliothécaires pour leur inscription sur un réseau social est, pour 28% des interrogés, que celui-ci possède trop de caractéristiques et nécessite de connaître le fonctionnement de nombreux outils différents<sup>144</sup>. Des compétences informatiques et technologiques sont donc indispensables, de même qu'une maîtrise minimale de ces médias sociaux (par exemple, dans le cas de Twitter, maîtriser les hashtags, les liens raccourcis, la syntaxe spécifique à Twitter), mais aussi une connaissance des outils web 2.0 en général (blogs, wikis, folskonomie etc.). L'expérimentation de ces médias, doublée d'une veille technologique et informatique active, ainsi que d'une comparaison avec les usages des institutions culturelles voisines (bibliothèques, musées, archives etc.), étrangères ou même privées sont tout aussi essentielles.

Outre ces compétences techniques, les réseaux sociaux demandent d'être au plus près des usagers. Il faut à la fois savoir prendre en compte les réactions – positives ou négatives – des internautes et les intégrer pour faire évoluer l'outil. Ce dernier se nourrit à la fois du savoir faire de l'animateur de communauté et du comportement des internautes à son égard. D'où l'importance pour la bibliothèque de savoir modérer sa page pour qu'elle puisse rester un lieu de rencontre et de discussion pour tous. Parmi les différents aspects que doit mettre en avant l'animateur de communauté, l'innovation et la créativité restent des notions importantes pour le bon fonctionnement du réseau social et surtout pour lui assurer une évolution constante et progressive.

### **3. LE PATRIMOINE NUMERIQUE DES BIBLIOTHEQUES À LA RECHERCHE D'UN LARGE PUBLIC**

Les remarques précédentes restent d'ordre général. Or, pour mettre en valeur le patrimoine numérique des bibliothèques, il faut avoir conscience de ses particularités et de ses contraintes l'objectif étant de le rendre visible et attractif aux yeux du public. Ces collections étant spécifiques, il est logique de penser à une valorisation originale, novatrice qui, tout en s'inspirant de ce qui se fait déjà en bibliothèque, doit savoir également prendre des idées à d'autres institutions culturelles.

#### **3.1. Diversifier le public**

La question du public est au cœur de la réflexion autour des collections patrimoniales des bibliothèques. À qui s'adresse-t-on vraiment ? Est-il possible de toucher un large public et non pas uniquement le public déjà familier de la bibliothèque ? À cet égard, d'autres institutions culturelles, les musées notamment, ont prouvé leur capacité à accueillir un public large et diversifié. Leurs avantages sont évidents : la part du visuel y est primordiale et ils sont surtout reconnus comme l'institution culturelle par excellence. Cependant, leur culture de l'accueil du public, leur communication qui rend les événements facilement et largement identifiables sont autant de pistes à suivre et pour optimiser l'audience des bibliothèques auprès des publics physique et virtuel.

Les réseaux sociaux sont une opportunité pour les bibliothèques de se tourner totalement vers le public et d'adapter leur présence numérique en fonction de leurs attentes et de leurs besoins. Il faut lui indiquer que les informations qui sont publiées régulièrement lui sont véritablement destinées, qu'elles ont fait l'objet d'une réflexion pour l'intéresser immédiatement. Toute publication sur un site de réseau social reste un

---

<sup>144</sup> EBSCO. *Social Media in Libraries in Europe...*

positionnement sur le contenu : un choix, une sélection faits en amont à destination d'un public spécifique. Pour cette raison, même s'il est plus pratique et rapide d'agréger des flux RSS pour que les nouveautés des sites, blogs etc. de la bibliothèque paraissent sans faute sur les réseaux sociaux, les informations ainsi communiquées sont également plus impersonnelles. Si la politique éditoriale décidée par l'établissement est d'insister sur les collections patrimoniales de la bibliothèque, en les présentant régulièrement et dans toute leur diversité au public, des publications sans en-tête accrocheur courraient le risque de créer, au fil du temps, une énumération sans intérêt distinct. Dans les pays anglo-saxons, musées, archives ou bibliothèques illustrent souvent les documents qu'ils ont choisis par cette mention : *The Curator's choice*. Ces quelques mots indiquent clairement qu'une personne a pris le temps de choisir un document, parmi ceux qu'il préfère, ceux sur lesquels il travaille actuellement, ceux qui ont été numérisés, récemment, etc. pour le présenter personnellement au public. Pensée comme régulière, avec le même en-tête, cette publication est un bon moyen de créer un lien au fil des semaines avec les internautes.

Ces courtes phrases de présentation peuvent aussi être l'occasion de s'adresser à un public spécifique, qui serait *a priori* davantage touché par le document présenté. Nous avons vu que la British Library publie sur Facebook des informations relatives aux blogs et pages qu'elle anime à destination des enseignants. Elle exprime par là la volonté d'accrocher une communauté spécifique, dont les besoins seront régulièrement évoqués sur sa page Facebook. Lors des 13<sup>ème</sup> Rendez-vous de l'histoire de Blois, tenus du 15 au 17 octobre 2010 sur le thème « Faire justice », Gallica, sur son fil Twitter, a commenté l'événement au plus près. Un hashtag créé pour l'occasion (#RVH10) permet de retrouver tous les tweets relatifs à ces journées et de les associer à des documents numériques de Gallica qui illustrent leur thème, comme le montre ce tweet du 16 octobre :



Ces tweets se greffent naturellement à la conversation générale que continue d'alimenter Gallica. Ils lui permettent d'être au cœur d'un événement précis et, en intervenant dessus, de participer à des réseaux plus spécifiques, qui ne sont peut-être pas familiers de cette bibliothèque numérique.

Pour des bibliothèques numériques de grande envergure, aux collections riches et diverses, il faut également envisager l'internationalité des publics et la possibilité de créer des connivences avec d'autres institutions du même type à l'étranger. Est-il plus intéressant de mettre en valeur des documents étrangers sur les réseaux sociaux ou, au contraire, de promouvoir la culture française à l'étranger, par la publication de lieux célèbres, de grands auteurs etc. ? Le 30 juillet 2010, Gallica met en avant sur sa page Facebook une photo de l'agence Rol intitulé *Madrid, la foule regardant la grande carte d'Europe de 70 mètres carré [montrant le théâtre des opérations de la guerre]*. Cette information est tout de suite partagée sur le mur de la page Facebook de la Bibliothèque nationale d'Espagne qui entreprend de rechercher l'origine de cette photo. 264 personnes aiment cette information et 26 la commentent<sup>145</sup>. Gallica partage avec les

<sup>145</sup> BIBLIOTHEQUE NATIONALE D'ESPAGNE. Page Facebook : *Biblioteca Nacional de España* [En ligne] <http://www.facebook.com/bne/posts/146135342064545> [Consulté le 17 décembre 2010]

Gallicanautes, en commentaire, la réaction de la Bibliothèque nationale d'Espagne et ses découvertes sur l'origine du cliché. Par cette publication ponctuelle, les deux bibliothèques sont parvenues à faire connaître respectivement leur institution à un public qui à l'origine n'est pas le leur<sup>146</sup>. En permettant des liens de la sorte entre institutions culturelles étrangères, les documents publiés s'adressent à un public plus nombreux et surtout plus varié.

### 3.2. Faire participer le public

Nombreuses sont les manières de solliciter la participation active des internautes sur les réseaux sociaux. Flickr, par exemple, est en grande partie fondée sur cette interaction entre l'institution/la personne déposant les photos et les inscrits qui les commentent, et les taggent selon leurs choix. Cette activité commune permet l'appropriation des documents de chacun par tous. Le partenariat entre la Bibliothèque nationale de France et Wikisource participe de la même idée. La bibliothèque met à disposition de son public des documents qu'il réarrange ou qu'il utilise à son goût. La British Library propose aux internautes, pour les grandes occasions, d'envoyer des cartes postales électroniques créées à partir de ses collections patrimoniales numérisées, comme par exemple le 9 mars 2010, à l'occasion de la fête des mères :



9 cartes sont proposées, la plupart représentant des bouquets de fleurs issus d'un ouvrage du XIX<sup>e</sup> siècle d'Edward George Henderson, *The Illustrated Bouquet*<sup>147</sup>. La Bibliothèque propose en décembre 2010 la même action avec des cartes électroniques de Noël<sup>148</sup>. Les opportunités pour la bibliothèque sont doubles : élargir son audience et montrer qu'elle est moderne et sait utiliser les possibilités les plus diverses de l'Internet. Le fait que ces images puissent être envoyées par tous et à tous participe également de leur désacralisation et de la volonté de démocratiser au maximum le patrimoine. Il ne faut pas négliger non plus l'importance de la personnalisation de ces documents, *via* ce type d'action.

Europeana propose aux internautes, le 1<sup>er</sup> juin, de partager, sur un forum dédié à cette question, des documents de la bibliothèque numérique relatifs à leur ville de naissance<sup>149</sup>. Cette question est un moyen idéal d'amener le public à faire des recherches dans la bibliothèque numérique sur des sujets l'intéressant de très près. Les interventions sont plus ou moins longues, certains se contentant d'indiquer le lien URL

---

<sup>146</sup> La Bibliothèque nationale d'Espagne, dans un post du 08 juillet 2010, avait déjà présenté Gallica à son public, en insistant notamment sur le fait que celle-ci possédait sa propre page Facebook.

<sup>147</sup> THE BRITISH LIBRARY. *Send a e-card* [En ligne] [http://www.bl.uk/ecards/index\\_mothersday.html](http://www.bl.uk/ecards/index_mothersday.html) [Consulté le 17 décembre 2010]

<sup>148</sup> THE BRITISH LIBRARY. *Send a e-card* [En ligne] <http://www.bl.uk/ecards/indexxmas.html> [Consulté le 17 décembre 2010]

<sup>149</sup> EUROPEANA. *Page Facebook : Europeana* [En ligne] <http://www.facebook.com/topic.php?uid=10261403667&topic=13941> [Consulté le 17 décembre 2010]

d'un seul document, d'autres au contraire exposant plus en détails images, sons et textes représentant leur ville. Si l'expérience est très intéressante, on peut regretter la forme qu'elle prend : une succession de liens assez peu parlants. La mise en place d'une galerie photos aurait peut-être eu plus d'impact. De même, on peut imaginer qu'un processus de géolocalisation aurait été plus efficace, créant ainsi une carte de la provenance des abonnés Facebook d'Europeana.

La bibliothèque peut aussi amener le lecteur à faire des recherches à travers ses collections, sur un sujet précis qu'elle aura choisi auparavant. Le British Museum, par exemple, incite les abonnés de sa page Facebook à rechercher dans ses collections des objets relatifs à la saint Nicolas, à l'occasion du 6 décembre 2010<sup>150</sup>. La publication donne directement accès au catalogue du musée : l'internaute peut effectuer une recherche immédiatement, comme l'ont fait les 25 commentateurs de ce post. On imagine facilement ce genre d'initiatives reprises par les bibliothèques à la fois pour faire découvrir ses catalogues et pour faire participer le public sur leurs réseaux sociaux.

La Bibliothèque nationale de Pologne, à travers la page Facebook consacrée à sa bibliothèque numérique, a pris le parti de proposer à son public un concours photo. À partir du 11 juin 2010, une photo ou carte postale de Varsovie est publiée et il faut deviner la rue, le bâtiment et le quartier représenté. Un événement est créé le 1<sup>er</sup> juillet 2010 pour faire connaître le règlement, la durée du concours (de juin au 15 septembre 2010) et les récompenses offertes aux trois premiers (puzzles et visite des ateliers de numérisation). Chaque semaine, la participation des internautes croît et les demandes pour avoir davantage de devinettes et pour qu'elles soient aussi plus difficiles se multiplient. La première réaction des participants à la fin du concours est de savoir quand aura lieu la deuxième édition. L'intérêt suscité par d'une telle initiative est à nouveau multiple pour la bibliothèque : complicité avec les participants, rendez-vous instaurés par la durée du concours, naissance autour de l'événement d'une communauté qui se connaît et discute entre elle. Le choix des récompenses est intéressant : avec les puzzles, on retrouve l'idée d'appropriation ludique des collections patrimoniales. La visite guidée des ateliers de numérisation, en présence d'un conservateur, est aussi très judicieuse : le vainqueur peut appréhender l'envers du décor et prendre conscience de la complexité du travail effectué par la bibliothèque et des équipes qui mènent à bien les campagnes de numérisation. Au plaisir de la découverte s'ajoute une dimension pédagogique, matérialisée par la visite du lieu et la rencontre avec les bibliothécaires.

La participation du public est évidente sur les réseaux sociaux. Elle pourrait également devenir un critère dans les choix des numérisations effectués à l'avenir. Des documents qui suscitent davantage de réactions, qui permettent de faire plus de lien avec le public pourraient venir au cœur des politiques de numérisation. Les thèmes choisis pourraient devenir ceux qui éveillent en réalité le plus grand besoin. Pourquoi ne pas aussi rechercher à travers les réseaux sociaux les personnes qui sont le moteur des prochaines numérisations ? La British Library<sup>151</sup> et la Bibliothèque de l'Académie des sciences et des lettres de Berlin-Brandebourg<sup>152</sup> proposent depuis plusieurs années à leur public d'adopter un livre : c'est-à-dire d'apporter des financements supplémentaires pour assurer la bonne conservation de l'ouvrage. Un mécénat se développe ainsi dans les bibliothèques, en faisant appel aux particuliers et à leur amour des livres. Ce genre d'initiative pourrait également être transposé pour la numérisation : une personne

---

<sup>150</sup> THE BRITISH MUSEUM. *Page Facebook : British Museum* [En ligne] <http://www.facebook.com/search.php?q=british%20museum&init=quick&tas=0.16918685948084056&ref=ts#!/britishmuseum?v=wall> [En ligne]

<sup>151</sup> THE BRITISH LIBRARY. *Adopt a book for Christmas*. [En ligne] <http://adoptabook.bl.uk/> [Consulté le 17 décembre 2010]

<sup>152</sup> BIBLIOTHEQUE DE L'ACADEMIE DES SCIENCES ET DES LETTRES DE BERLIN-BRANDEBOURG. *Parrainage de livres. Votre aide*. [En ligne] <http://bibliothek.bbaw.de/fr/ueber-uns/parrainage> [Consulté le 17 décembre 2010]

apprécie un ouvrage, souhaite aider à sa conservation mais également à sa diffusion et peut apporter son aide à sa numérisation. Tout comme la British Library a mis en place différents niveaux de parrainage possibles, chacun ayant ses propres avantages, on pourrait imaginer que les noms des personnes ayant contribué à la numérisation de l'œuvre soient visibles sur la notice. La mise en valeur d'une telle entreprise, sur les réseaux sociaux, pour inciter les autres internautes à en faire autant serait aussi capitale : l'entrée de nouveaux ouvrages numérisés dans la bibliothèque numérique serait l'occasion de saluer et de remercier ceux qui y ont contribué ; Flickr offrirait la possibilité de créer des albums photos thématiques, suivant ces campagnes de numérisation particulières, donnant ainsi une meilleure visibilité à cette action de mécénat.

### **3.3. Au-delà des réseaux sociaux**

De nouvelles problématiques viennent aujourd'hui s'ajouter au développement des réseaux sociaux. Les usages sont de plus en plus mobiles, une grande partie de la population française utilisant des smartphones et ayant ainsi accès à Internet partout et tout le temps. Au premier semestre 2010, 20% des utilisateurs de téléphone mobile âgés de 15 ans et plus sont aujourd'hui équipés de smartphones tandis qu'ils étaient 11% au 1<sup>er</sup> trimestre 2009<sup>153</sup>.

La pertinence de la bibliothèque sur Internet se pose à nouveau, si l'on passe par le biais de ces smartphones et des accès mobiles qu'ils offrent.

Avec le soutien du Ministère de la Culture et de la Communication, dans le cadre de l'appel à projet 2010 « Services numériques culturels innovants », la Bibliothèque de Toulouse a choisi de développer une application pour les smartphones. Elle a en parallèle créé une page Facebook « Smartphone à la Bibliothèque de Toulouse » dédiée à ce projet<sup>154</sup>. Les démarches et réflexions entreprises par la Bibliothèque y sont développées à destination des internautes. Les objectifs de cette application, **Du monde du livre élargi sur le Grand Toulouse**, sont ainsi répertoriés :

« un accès à son catalogue, un accès au compte de l'utilisateur, un accès aux ressources numériques de la bibliothèque, un accès à des ressources numériques de partenaires, un accès à un agenda partagé autour du monde du livre et assimilé, un accès à une géolocalisation des lieux culturels sur la ville. »

Les possibilités offertes par cette application sont grandes et les collections patrimoniales numérisées en bénéficient également. Les possibilités de géolocalisation sont également intéressantes. Flickr propose déjà ce procédé : les photos composant le fonds Trutat de la Bibliothèque de Toulouse sont toutes placées sur une carte et l'on peut rechercher des photos en s'attachant uniquement au lieu de leur prise. De même, avec cette application pour smartphones, on peut imaginer que les documents patrimoniaux de la Bibliothèque pourraient être resitués sur une carte du Grand Toulouse.

---

<sup>153</sup> BIBLIOTHEQUE DE TOULOUSE. *Page Facebook : Smartphone à la Bibliothèque de Toulouse* [En ligne] <http://www.facebook.com/notes/smartphone-a-la-bibliotheque-de-toulouse/internet-ambient-et-technologie-nomade-le-contexte/143385055674949>

[Consulté le 19 décembre 2010]

<sup>154</sup> BIBLIOTHEQUE DE TOULOUSE. *Page Facebook : Smartphone à la Bibliothèque de Toulouse* [En ligne] <http://www.facebook.com/?ref=logo#!/pages/Smartphone-a-la-bibliotheque-de-Toulouse/109537465744889?v=wall> [Consulté le 19 décembre 2010]

Des applications ont déjà été développées sur la base de la géolocalisation. Ainsi, CultureClic « La culture augmentée »<sup>155</sup>, réalisée sous l'égide du Ministère de la Culture et de la Communication, propose, entre autres, de découvrir gratuitement environ 700 œuvres (photos, gravures), provenant des catalogues de la RMN et de Gallica en haute définition et géolocalisées, situées principalement dans les grandes villes de France (Paris, Bordeaux, Lyon, Marseille, Avignon). Suivant le lieu où l'on se trouve, on peut avoir accès à une sélection de documents iconographiques, textuels, etc., qui s'y réfèrent et qui permettent de retracer son histoire ou, suivant le principe de la réalité augmentée, d'en voir d'anciennes représentations. Les fonctionnalités des smartphones donnent la possibilité d'observer les documents plus en détail, en zoomant par exemple, ou de les lire. Des parcours « poétiques et littéraires » doivent également être prochainement mis en place, autour de documents issus de Gallica : la découverte des monuments et des quartiers se fait aussi par le biais de documents patrimoniaux représentatifs ou insolites.

À ces nouvelles possibilités de consultation en mouvement des documents s'ajoutent les avantages propres aux réseaux sociaux. CultureClic offre la possibilité de partager facilement et rapidement sur Twitter et Facebook et tend à se développer pour devenir un réseau social à part entière : l'utilisateur pourra ainsi créer sa propre « communauté culturelle » avec laquelle il pourra échanger ses coups de cœur ; il pourra également trouver des amis par affinité.

La réflexion autour de la présence des institutions culturelles sur les smartphones, grâce à des applications spécifiques, est véritablement lancée. La Bibliothèque nationale d'Écosse a mis en place cette année une application Iphone/Ipod proposant à ses utilisateurs une visite guidée parmi les archives de John Murray Publishers, fonds issus de la célèbre dynastie d'éditeurs britanniques : des thèmes réunissent des documents célèbres et emblématiques de ces archives, leur découverte est accompagnée de commentaires audio<sup>156</sup>. Le musée des Arts décoratifs a prévu également de sortir au début de l'année 2011 une application Iphone dont le but est de présenter les chefs d'œuvre du musée, accompagnés d'une visite audio, de donner à l'utilisateur les informations pratiques sur l'institution. En parallèle, une application mobexplore<sup>157</sup> proposera un parcours énigmatique autour d'une trentaine d'œuvres<sup>158</sup>.

Ces institutions peuvent ainsi bénéficier des technologies les plus modernes, associant facilité et confort de manipulation, modernité des présentations et accessibilité. Les objectifs restent fondamentalement les mêmes : aller chercher le public là où il a ses habitudes, lui proposer des contenus nouveaux et originaux pouvant l'intéresser dans ses activités quotidiennes.

La mise en valeur des collections patrimoniales numériques des bibliothèques doit être intégrée dans une véritable stratégie de communication de l'établissement. Leurs spécificités, leurs originalités doivent être prises en compte pour leur permettre une visibilité optimale et une association pleine et entière aux activités de la bibliothèque. Mais la présence sur le web revêt désormais un autre caractère, avec le développement de la mobilité. De nouvelles possibilités se présentent pour valoriser différemment, en mouvement, les fonds patrimoniaux. S'adapter à ces mutations technologiques et de société sont autant de problématiques à considérer pour assurer toujours plus de visibilité à l'offre culturelle des bibliothèques.

---

<sup>155</sup> CultureClic, la culture augmentée [En ligne] <http://www.culturecliv.fr/fr> [Consulté le 19 décembre 2010]

<sup>156</sup> THE NATIONAL LIBRARY OF SCOTLAND. *John Murray App* [En ligne] <http://www.nls.uk/murray-app> [Consulté le 19 décembre 2010]

<sup>157</sup> Mobexplore est une application, gratuitement téléchargeable sur l'Appstore, qui permet de créer des parcours interactifs sur mobile. <http://www.mobexplore.com/publics> [Consulté le 19 décembre 2010]

<sup>158</sup> Échange de courriels des 15 et 16 décembre 2010 avec Catherine Collin, responsable du service des publics du musée des Arts décoratifs.

## Conclusion

---

L'appropriation progressive des réseaux sociaux par les bibliothèques françaises est le signe de la volonté que ces dernières ont d'affirmer leur présence sur le web et de tirer parti de toutes les possibilités offertes par l'Internet. Cependant, la mise en valeur de leur patrimoine numérisé est encore timide : peu de bibliothèques consacrent régulièrement sur les réseaux sociaux des publications relatives à leurs collections patrimoniales, invitant les lecteurs à les découvrir et à mieux les connaître. Les initiatives restent très isolées, pour des raisons bien souvent pratiques, comme le manque de temps, ou d'équipes formées pour utiliser au mieux ces nouveaux outils. Le patrimoine conserve ainsi ses caractéristiques d'antan : une collection cachée, réservée à quelques amateurs et spécialistes, que les bibliothèques ne dévoilent pas aussi ouvertement que leurs autres collections.

La diversité des réseaux sociaux et de leur utilisation, comme il l'a été constaté tout au long de cette étude, est pourtant un atout considérable pour dynamiser ces collections, les inclure dans les informations quotidiennes produites par la bibliothèque. L'animation des comptes Facebook et Twitter de Gallica démontre le succès que l'on peut obtenir au moyen d'une véritable politique de présentation du patrimoine numérique sur le web. Les abonnements croissent régulièrement, tout comme les interactions des internautes : une véritable communauté s'est créée autour de ces réseaux sociaux, fidèle et au rendez-vous quotidiennement. L'activité de Gallica sur Twitter et Facebook est également la preuve de la notoriété que peut avoir une bibliothèque numérique. Si les bibliothèques numériques se sont développées ces dernières années, elles sont encore bien souvent confidentielles. Les réseaux sociaux sont d'excellents vecteurs, permettant de mettre en valeur cet outil et d'inciter l'internaute à le visiter plus en détail, en présentant certains documents qui la composent. Les différentes manières de proposer les documents aux internautes, en jouant sur l'insolite, le rare et la complicité, sont autant de manières de l'intéresser et de le fidéliser. Cette animation autour des collections patrimoniales procède véritablement d'une volonté de démocratiser des documents méconnus, de les mettre à portée de tous.

Cette présence du patrimoine sur les réseaux sociaux doit nécessairement appartenir à une politique de communication globale de l'établissement, qui choisit les modalités de valorisation de ses collections particulières. Une réflexion tant sur le réseau social que sur la régularité et la manière de l'alimenter doit exister en amont de toute initiative. Confirmée par les entretiens réalisés au cours de cette étude, la nécessité d'avoir une personne (ou une équipe) dédiée à cette fonction et formée pour l'accomplir correctement est primordiale. Il faut noter ici que les bibliothèques ont pris conscience de l'importance de ces questions et les intègrent dans une réflexion totale sur l'impact de leur présence sur le web. Nombreuses sont les bibliothèques à développer de nouveaux sites institutionnels, des portails complets intégrant les réseaux sociaux. Certains seront disponibles dès le début de l'année 2011, comme c'est le cas pour la Bibliothèque municipale de Sedan. La question de la valorisation du patrimoine est comprise dans ces nouvelles présentations web de la bibliothèque et les réseaux sociaux

nouvellement animés sont en passe de devenir un nouveau moyen de présenter ces documents à un public que l'on veut toujours plus large.

Le succès croissant de Gallica sur les réseaux sociaux est la preuve que les collections patrimoniales, comme l'a titré le *Sud Ouest*, ont un avenir en ligne et un public fidèle et demandeur. Si l'on considère la présence non négligeable des bibliothèques sur les réseaux sociaux (en comparaison, seuls trois services d'Archives départementales ont créé une page ou un profil Facebook et les Archives de France ont ouvert en novembre 2010 un fil Twitter) et les projets de numérisation toujours plus nombreux, les possibilités de valorisation du patrimoine sont réelles. Il convient cependant de garder à l'esprit la spécificité des réseaux sociaux. Dans le cas de Gallica, la bibliothèque numérique reçoit chaque jour environ 25000 visites, ce qui est loin d'être son nombre de fans sur Facebook ou de followers sur Twitter. Toute la population française n'est pas inscrite sur un réseau social : la présence de documents patrimoniaux sur ces réseaux ne touche donc qu'un public spécifique.

De plus, plusieurs raisons incitent les bibliothèques à la prudence : le devenir des réseaux sociaux, leur évolution dans le temps, l'utilisation des données mises en ligne par ces mêmes réseaux notamment. Ces interrogations conditionnent l'usage que peut faire l'internaute de ces documents mis en ligne. Les documents sont-ils accompagnés des métadonnées les décrivant complètement, sont-ils téléchargeables, si oui le sont-ils en haute résolution ? En mettant à la disposition de chacun ces documents en haute qualité, la bibliothèque fait face à des questions juridiques mais également à des questions commerciales. Nombreuses sont les institutions qui font payer les reproductions en haute qualité de documents numérisés. Peut-on uniquement proposer sur les réseaux sociaux des documents numérisés en basse résolution, alors qu'ils sont libres de droit et par principe disponibles pour tous ? Outre la pertinence de la politique de communication de la bibliothèque, sa présence sur un réseau social interroge aussi la notion de service public et de mise à disposition des collections au public.

La mise en place d'une valorisation des collections patrimoniales numérisées nécessite ainsi un ensemble de réflexions de la part de la bibliothèque. Elle doit faire preuve d'une adaptabilité et d'une réactivité constantes pour séduire un public toujours plus nombreux et pour tirer parti des évolutions des réseaux sociaux eux-mêmes. En effet, depuis trois ans ceux-ci se sont imposés dans le monde du web et dans les pratiques informatiques de chacun, poussant par là-même les bibliothèques à les intégrer dans leurs modes de communication. Leur évolutivité rapide est aussi un atout pour des institutions comme les bibliothèques : elle les incite à expérimenter de nouvelles formes de publicité de leur établissement et de leurs collections et à se renouveler fréquemment. Celles-ci démontrent leurs capacités à prendre en compte les progrès informatiques et technologiques et à les utiliser en leur faveur. Cependant, les réseaux sociaux, tels que nous les connaissons aujourd'hui, sont avant tout les symboles d'une époque, d'une certaine idée du web, qui ne durera (peut-être) pas : les bibliothèques, en s'appuyant sur ces nouveautés et en s'en inspirant, doivent être capables d'imaginer de nouvelles formes de valorisation. La fin des années 2000 voit l'apparition des tablettes de lecture et de nouveaux modes de perception visuelle, comme la réalité augmentée. Ces innovations technologiques sont de véritables opportunités pour les bibliothèques françaises, qui ont amélioré considérablement la quantité et la qualité de leur patrimoine numérisé. Elles sont une fois de plus une chance de le diffuser plus largement et de réduire davantage la barrière existante entre les documents numérisés et leur utilisation pratique.

Si les bibliothèques ont beaucoup à gagner à prendre en compte ces nouveaux outils technologiques et à participer activement aux réseaux sociaux, on peut également imaginer une collaboration plus active entre eux. Ces sites, si décriés par leur visée commerciale et leur absence de déontologie, peuvent tirer profit de l'inscription massive d'institutions culturelles, pour leur image notamment. Que l'on songe notamment à l'élaboration du programme Flickr Commons, piloté par la Bibliothèque du Congrès et Flickr, ou encore à la numérisation de masse par Google des livres anciens de la Bibliothèque municipale de Lyon. On constate que les intérêts d'entreprises privées et de services publics peuvent coïncider et profiter à chacun. À l'avenir, une véritable collaboration entre bibliothèques et réseaux sociaux peut être une des pistes à envisager pour aboutir à une meilleure représentativité de celles-ci sur le web.

# Sources

## Sites de bibliothèques

UNIVERSITE DE BRETAGNE OCCIDENTALE. *Le Buoblog*. [En ligne] <http://buboblog.univ-brest.fr/> [Consulté le 28 novembre 2010]

BIBLIOTHEQUE FRANCOPHONE DE LIMOGES. *Les trésors de la BFM*. [En ligne] [http://www.bm-limoges.fr/collections\\_numeriques.html?PHPSESSID=d8975a88732b3402702e87ffff352777](http://www.bm-limoges.fr/collections_numeriques.html?PHPSESSID=d8975a88732b3402702e87ffff352777) [Consulté le 28 novembre 2010]

BIBLIOTHEQUE MUNICIPALE DE LYON. *Catalog +*. [En ligne]. <http://autonomy.bm-lyon.fr/retina/public/basic.do> [Consulté le 28 novembre 2010]

BIBLIOTHEQUE MUNICIPALE DE ROUBAIX. *Bibliothèque numérique de Roubaix*. [En ligne] <http://www.bn-r.fr/fr/decouvrir-collection.php> [Consulté le 28 novembre 2010]

BIBLIOTHEQUE NATIONALE DE FRANCE. *Bibliothèques numériques-Gallica*. [En ligne] [http://www.bnf.fr/fr/collections\\_et\\_services/bibliothèques\\_numeriques\\_gallica.html](http://www.bnf.fr/fr/collections_et_services/bibliothèques_numeriques_gallica.html) [Consulté le 28 novembre 2010]

BIBLIOTHEQUE UNIVERSITAIRE D'ÉCONOMIE ET DE DROIT DU SERVICE COMMUN DE LA DOCUMENTATION DE L'UNIVERSITE PAUL CEZANNE AIX-MARSEILLE 3. *InfoBU*. [En ligne] <http://infobu.pbworks.com/w/page/19891050/FrontPage> [Consulté le 28 novembre 2010]

*Gallica*. [En ligne] <http://gallica.bnf.fr/> [Consulté le 28 novembre 2010]

MEDIATHEQUE DE L'AGGLOMERATION TROYENNE. *Patrimoine*. [En ligne] <http://patrimoine.grand-troyes.fr/medias/medias.aspx?INSTANCE=EXPLOITATION> [Consulté le 28 novembre 2010]

PORTAIL AQUITAINE PATRIMOINES. *Page d'accueil* [En ligne] <http://bnsa.patrimoines.aquitaine.fr/> [Consulté le 28 novembre 2010]

## Blogs

BIBLIOTHEQUE INTERUNIVERSITAIRE-LANGUES SCIENCES HUMAINES BIBLIOTHEQUE UNIVERSITAIRE CLAUDE BERNARD LYON 1. *Interfaces/Livres anciens de l'université de Lyon*. [En ligne] <http://bibulyon.hypotheses.org/> [Consulté le 28 novembre 2010]

## Réseaux sociaux des bibliothèques

### **Netvibes**

BIBLIOTHEQUES MUNICIPALES DE BREST. *Netvibes : Les bibliothèques municipale de Brest* [En ligne] [http://www.netvibes.com/bibliobrest#Le\\_reseau](http://www.netvibes.com/bibliobrest#Le_reseau) [Consulté le 28 novembre 2010]

SERVICE COMMUN DE LA DOCUMENTATION DE L'UNIVERSITE DE LIMOGES. *Netvibes : SCD Université de Limoges* [En ligne] <http://www.netvibes.com/scdunilim#Accueil> [Consulté le 06 décembre 2010]

### **Facebook**

BIBLIOTEKA NARODOWA. *Profil Facebook : Cyfrowa biblioteka narodowa Polona* [En ligne]

<http://www.facebook.com/photo.php?fbid=483166743192&set=a.443773278192.228657.302561853192#!/profile.php?id=100000888482736> [Consulté le 06 décembre 2010]

BIBLIOTHEQUE NATIONALE D'ESPAGNE. *Page Facebook : Biblioteca Nacional de España* [En ligne] <http://www.facebook.com/bne/posts/146135342064545> [Consulté le 17 décembre 2010]

BIBLIOTHEQUE NATIONALE ET UNIVERSITAIRE DE STRASBOURG. *Page Facebook : Bibliothèque nationale et universitaire* [En ligne]

<http://www.facebook.com/?ref=logo#!/pages/Bibliotheque-nationale-et-universitaire/132082773473662?v=wall> [Consulté le 06 décembre 2010]

BIBLIOTHEQUE BELLE BEILLE - UNIVERSITE D'ANGERS. *Page Facebook*. [En ligne]

<http://www.facebook.com/univangers#!/pages/Angers-France/Bibliotheque-Belle-Beille-Universite-dAngers/270807194287?v=wall> [Consulté le 28 novembre 2010]

BIBLIOTHEQUE DE L'UNIVERSITE DES ANTILLES ET DE LA GUYANNE. *Page Facebook : Bibliothèque de l'Université des Antilles et de la Guyane* [En ligne].

<http://www.facebook.com/#!/bibuag> [Consulté le 04 décembre 2010]

BIBLIOTHEQUE MUNICIPALE D'ANGERS. *Page Facebook : Bibliothèque Municipale d'Angers* [En ligne]

<http://www.facebook.com/GallicaBnF?ref=ts#!/pages/Bibliotheque-Municipale-dAngers/192199170787> [Consulté le 04 décembre 2010]

BIBLIOTHEQUE DE TOULOUSE. *Page Facebook : Bibliothèque de Toulouse* [En ligne]

<http://www.facebook.com/bibliotheque.toulouse#!/pages/Bibliotheque-de-Toulouse/28421611469> [Consulté le 04 décembre 2010]

BIBLIOTHEQUE DE TOULOUSE. *Page Facebook : Smartphone à la Bibliothèque de Toulouse* [En ligne]

<http://www.facebook.com/notes/smartphone-a-la-bibliotheque-de-toulouse/internet-ambiant-et-technologie-nomade-le-contexte/143385055674949>

[Consulté le 19 décembre 2010]

THE BRITISH LIBRARY. *Page Facebook : The British Library* [En ligne]  
<http://www.facebook.com/?ref=logo#!/britishlibrary> [Consulté le 13/12/2010]

THE BRITISH MUSEUM. *Page Facebook : British Museum* [En ligne]  
<http://www.facebook.com/search.php?q=british%20musuem&init=quick&tas=0.16918685948084056&ref=ts#!/britishmuseum?v=wall> [En ligne]

EUROPEANA. *Page Facebook : Europeana* [En ligne]  
<http://www.facebook.com/search.php?q=europeana&init=quick&tas=0.8116684991716003&ref=ts#!/pages/Europeana/80332192202> [Consulté le 6 décembre 2010]

EUROPEANA REGIA. *Page Facebook : Europeana Regia* [En ligne]  
<http://www.facebook.com/pages/Europeana-Regia/267940481474?ref=ts> [Consulté le 06 décembre 2010]

GALLICA. *Page Facebook : Gallica* [En ligne]  
<http://www.facebook.com/GallicaBnF?ref=ts> [Consulté le 06 décembre 2010]

*Groupe Facebook : BNU-Boite de Nuit universitaire (Strasbourg)*. [En ligne]  
<http://www.facebook.com/group.php?gid=132569741764&ref=ts> [Consulté le 28 novembre 2010]

MEDIATHEQUE DE L'AGGLOMERATION TROYENNE. *Page Facebook : Médiathèque de l'agglomération troyenne* [En ligne] <http://www.facebook.com/pages/Troyes-France/Mediatheque-de-lAgglomeration-Troyenne/42108403561?ref=ts> [Consulté le 04 décembre 2010]

MEDIATHEQUE DE ROUBAIX. *Page Facebook : Médiathèque de Roubaix* [En ligne]  
<http://www.facebook.com/pages/Roubaix-France/Mediatheque-de-Roubaix/142220229546?ref=ts> [Consulté le 04 décembre 2010]

MEDIATHEQUE DE SEDAN. *Page Facebook : Médiathèque de Sedan* [En ligne]  
<http://www.facebook.com/?ref=logo#!/pages/Mediatheque-de-Sedan/248355062851> [Consulté le 06 décembre 2010]

## **Twitter**

BIBLIOTHEQUE DE BRETAGNE OCCIDENTALE. *Fil Twitter : buboscd*. [En ligne]  
<http://twitter.com/#!/buboscd> [Consulté le 28 novembre 2010]

BIBLIOTHEQUE NATIONALE DE FRANCE. *Fil Twitter : GallicaBnF* [En ligne]  
<http://twitter.com/#!/GallicaBnF> [Consulté le 12 décembre 2010]

NATIONAL LIBRARY OF IRELAND. *Fil Twitter : NLIreland* [En ligne]  
<http://twitter.com/#!/NLIreland> [Consulté le 06 décembre 2010]

STATE LIBRARY OF SOUTH AUSTRALIA. *Fil Twitter : State Library of SA*. [En ligne]  
<http://twitter.com/#!/SLSAv> [Consulté le 6 décembre 2010]

## **Dailymotion**

BIBLIOTHEQUE PUBLIQUE D'INFORMATION. *Compte Youtube : chaîne bpibeaubourg.*  
<http://www.youtube.com/user/BpiBeaubourg> [Consulté le 28 novembre 2010]

## **MySpace**

BIBLIOTHEQUE DE TOULOUSE. *Compte MySpace : Le profil MySpace de la bibliothèque de Toulouse.* [En ligne] <http://www.myspace.com/bibliothequedetoulouse> [Consulté le 28 novembre 2010]

## **Flickr**

BIBLIOTHEQUE DU CONGRES. *Compte Flickr.* [En ligne]  
[http://www.flickr.com/photos/library\\_of\\_congress/](http://www.flickr.com/photos/library_of_congress/) [Consulté le 28 novembre 2010]

BIBLIOTHEQUE DE TOULOUSE. *Compte Flickr : Galerie de photos de Bibliothèque de Toulouse.* [En ligne] <http://www.flickr.com/photos/bibliothequedetoulouse/> [Consulté le 28 novembre 2010]

SERVICE COMMUN DE LA DOCUMENTATION DE LIMOGES. *Compte Flickr : Galerie de photos de scdlimoges* [En ligne] <http://www.flickr.com/photos/scdlimoges> [Consulté le 06 décembre 2010]

## **Delicious**

BIBLIOTHEQUES DE L'UNIVERSITE PARIS-SORBONNE 4. *Compte Delicious : Bibliothèques de l'Université Paris-Sorbonne (Paris-IV)'s bookmarks.* [En ligne]  
<http://www.delicious.com/biblioparis4> [Consulté le 28 novembre 2010]

BIBLIOTHEQUE DE TOULOUSE. *Compte Delicious : Bibliothèque de Toulouse's bookmarks.* [En ligne] <http://www.delicious.com/bibliothequedetoulouse/> [Consulté le 06 décembre 2010]

# **Bibliographie et webographie**

## **Web 2.0**

AMAR, Muriel, MESGUISCH Véronique (dir.). *Le web 2.0 en bibliothèques. Quels services ? Quels usages ?* Paris : éditions du cercle de la librairie, 2006. 202 p.

BIBLIOPEDIA. *Bibliothèque 2.0*. [En ligne].

[http://www.bibliopedia.fr/index.php/Biblioth%C3%A8que\\_2.0](http://www.bibliopedia.fr/index.php/Biblioth%C3%A8que_2.0) [Consulté le 28 novembre 2010]

CHAIMBAULT, Thomas. *Réseaux sociaux : panorama et usages institutionnels*. [En ligne]

<http://www.slideshare.net/Faerim/des-rseaux-sociaux-et-des-bibliothques> [Consulté le 28 novembre 2010]

CHAIMBAULT, Thomas. *Web 2.0 : l'avenir du Web ?* [En ligne]

<http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/document-2> [Consulté le 28 novembre 2010]

« Dossier Web 2.0 et information/documentation », in *Documentaliste*. n°1, vol. 46, Paris : Association française des documentalistes et des bibliothécaires spécialisés, 2009.

ERZTSCHIED, Olivier. « Accroche-toi au pinceau de la contribution, j'enlève l'échelle de la participation » in *Affordance.info*, 5 octobre 2010. [Billet en ligne]

[http://affordance.typepad.com/mon\\_weblog/2010/10/prescription-et-recommandation-des-pairs-et-des-tiers.html](http://affordance.typepad.com/mon_weblog/2010/10/prescription-et-recommandation-des-pairs-et-des-tiers.html) [Consulté le 28 novembre 2010]

GAZO, Dominique. *Le Web 2.0 et les bibliothèques 2.0*. [En ligne].

[http://bibliodoc.francophonie.org/article.php?id\\_article=257](http://bibliodoc.francophonie.org/article.php?id_article=257) [Consulté le 28 novembre 2010]

MERCIER, Silvère. *Services 2.0 dans les bibliothèques : vers des bibliothèques 2.0 ?* [En ligne].

<http://www.slideshare.net/bibliobsession/services-20-sans-les-bibliothques-reloaded-bibliobsession> [Consulté le 28 novembre 2010]

MUMENTHALER, Rudolf. « Library Marketing 2.0 : Experiences of the ETH-Bibliothek with Social Media », in *IFLA Preconference : Marketing Libraries in a Web 2.0 World*. Stockholm, août 2010 [En ligne]

<http://www.slideshare.net/ruedi.mumenthaler/mumenthalermarketing20-4922085> [Consulté le 28 novembre 2010]

O'REILLY, Tim, *What is web 2.0?* [En ligne] <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html> [Consulté le 28 novembre 2010]

TACHEAU, Olivier. « # !\$ ?! Zut !\$ ?! Mais où ai-je mis mon épée laser ? : les bibliothèques universitaires... », in *La bibliothèque contre-attaque : les services innovants dans les bibliothèques*, Journée d'études de l'Association des Bibliothécaires

de France, jeudi 4 novembre 2010 [En ligne] [http://www.slideshare.net/tacheau/zut-mais-o-aije-mis-mon-pe-laser?from=ss\\_embed](http://www.slideshare.net/tacheau/zut-mais-o-aije-mis-mon-pe-laser?from=ss_embed) [Consulté le 13/12/2010]

## Réseaux sociaux

BIBLIOPEDIA. *Réseaux et médias sociaux*. [Article en ligne] <http://www.bibliopedia.fr/index.php/Bibliospaces#1> [Consulté le 28 novembre 2010]

BIBLIOTHÈQUE DU CONGRÈS. *For the Good : The Library of Congress Flickr Pilot Project*. [En ligne] Octobre 2008 [http://www.loc.gov/rr/print/flickr\\_report\\_final.pdf](http://www.loc.gov/rr/print/flickr_report_final.pdf) [Consulté le 28 novembre 2010]

BOYD, Danah M. « Social Network Sites: Public, Private, or What? », in *Knowledge Tree*, vol. 13, mai 2007, 7 p. [Article en ligne] <http://www.danah.org/papers/KnowledgeTree.pdf> [Consulté le 28 novembre 2010]

BOYD, Danah M., ELLISON, Nicole B. « Social network sites : Definition, history, and scholarship », in *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2007, vol. 13, n°1 [Article en ligne] <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html> [Consulté le 28 novembre 2010]

CAVAZZA, Frédéric. « Une définition des médias sociaux », in *MédiasSociaux.com*, 29 juin 2009. [Billet en ligne] <http://www.mediassociaux.com/2009/06/29/une-definition-des-medias-sociaux/> [Consulté le 28 novembre 2010]

CHAIMBAULT, Thomas. « 25 outils de réseaux sociaux à destination des bibliothécaires », in *Vagabondages*, 22 avril 2008. [Billet en ligne] <http://www.vagabondages.org/post/2008/04/21/25-outils-de-reseaux-sociaux-a-destination-des-bibliothecaires> [Consulté le 28 novembre 2010]

CHAIMBAULT, Thomas. *Des réseaux et des bibliothèques*. 9 avril 2010 [En ligne] <http://www.slideshare.net/Faerim/des-reseaux-sociaux-et-des-bibliotheques> [Consulté le 28 novembre 2010]

EBSCO. *Social Media in Libraries in Europe* [Enquête en ligne] Juillet 2010 <http://www.slideshare.net/jhoussiere/social-media-usage-in-libraries-in-europe-survey-teaser> [Consulté le 28 novembre 2010]

IFOP. *Observatoire des réseaux sociaux*. [Enquête en ligne] Janvier 2010 [http://www.ifop.fr/media/poll/1032-1-study\\_file.pdf](http://www.ifop.fr/media/poll/1032-1-study_file.pdf) [Consulté le 28 novembre 2010]

*Livre-Arbitre*. [Blog en ligne] <http://livrearbitre.wordpress.com/> [Consulté le 20 décembre 2010]

MERCIER, Silvère. « Des bons usages des Univers Netvibes dans les bibliothèques », in *Bibliobsession*, 27 novembre 2009 [Billet en ligne] <http://www.bibliobsession.net/2009/11/27/univers-netvibes-dans-les-bibliotheques/> [Consulté le 28 novembre 2010]

MERCIER, Silvère. « Introduction aux médias sociaux à l'usage des bibliothécaires », in *Bibliobsession*, 14 septembre 2009. [Billet en ligne] <http://www.bibliobsession.net/2009/09/14/introduction-aux-medias-sociaux-a-lusage-des-bibliothecaires/> [Consulté le 20 décembre 2010]

MERCIER, Silvère. « Pourquoi et comment utiliser Facebook pour une bibliothèque publique », in *Bibliobsession*, 22 septembre 2009. [Billet en ligne] <http://www.bibliobsession.net/2009/09/22/pourquoi-et-comment-utiliser-facebook-pour-une-bibliotheque/> [Consulté le 20 décembre 2010]

MERCIER, Silvère. « Twitter et les bibliothèques du Brésil », in *Bibliobsession*, 06 octobre 2010. [Billet en ligne]. <http://www.bibliobsession.net/2010/10/06/twitter-et-les-bibliotheques-au-bresil/> [Consulté le 13 décembre 2010]

PECATTE, Patrick. « Flickr et PhotNormandie : une entreprise collective de redocumentarisation », in *Documentaliste*, n°1, vol. 46, 2009, p. 52-53.

« Qui nous suit sur les réseaux sociaux ? », in *Des bibliothèques 2.0*, 9 avril 2010 [Billet en ligne] <http://bibliotheque20.wordpress.com/2010/04/09/qui-nous-suit-sur-les-reseaux-sociaux/> [Consulté le 20 décembre 2010]

« Twitter en bibliothèque : usages et pratiques », in *La veille c'est mon TIC*, 22 octobre 200. [Billet en ligne] <http://www.laveillecmontic.com/?p=818> [Consulté le 20 décembre 2010]

WIKIPÉDIA. *List of social networking website*. [Article en ligne] [http://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_social\\_networking\\_websites](http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_social_networking_websites) [Consulté le 28 novembre 2010]

## Numérique en bibliothèques

BIBLIOPEDIA. *Bibliothèques numériques* [En ligne]. [http://www.bibliopedia.fr/index.php/Biblioth%C3%A8ques\\_num%C3%A9riques](http://www.bibliopedia.fr/index.php/Biblioth%C3%A8ques_num%C3%A9riques) [Consulté le 11 décembre 2010]

DONNAT, Olivier, « Les pratiques culturelles à l'ère numérique », in *BBF*, 2010, n° 5, p. 6-12 [en ligne] <http://bbf.enssib.fr/> [Consulté le 28 novembre 2010].

« Dossier Présence numérique », in *Documentaliste*. n°1, vol. 47, Paris : Association française des documentalistes et des bibliothécaires spécialisés, 2010.

ERZTSCHIED, Olivier. « Prescriptions et recommandations. Des pairs et des tiers », in *Affordance.info*, 4 octobre 2010. [Billet en ligne] [http://affordance.typepad.com/mon\\_weblog/2010/10/prescription-et-recommandation-des-pairs-et-des-tiers.html](http://affordance.typepad.com/mon_weblog/2010/10/prescription-et-recommandation-des-pairs-et-des-tiers.html) [Consulté le 28 novembre 2010]

MARESCA, Bruno, *Les bibliothèques municipales en France après le tournant Internet attractivité, fréquentation et devenir*. Paris : Bibliothèque publique d'information-Centre Pompidou, 2007.

MAUREL, Lionel. « Bibliothèques numériques et mentions légales : un aperçu des pratiques en France », in *Journée d'étude de l'Interassociation Archives Bibliothèques et Documentation : Numériser les œuvres du domaine public, et après ? Diffusion, réutilisation, exploitation : des objectifs contradictoires ?* Paris, 4 juin 2009 [En ligne] <http://www.iabd.fr/IMG/pdf/IABD2009-NumDomPub-4.pdf> [Consulté le 28 novembre 2010]

MAUREL, Lionel. « Être là où le public passe », in *Journée de l'Association des bibliothèques françaises : Les bibliothèques à l'heure du numérique*. Paris, 14 juin 2010 [En ligne] <http://www.slideshare.net/Bibliolab/maurel-abf-14-juin-2010-etre-l-o-le-public-passe> [Consulté le 28 novembre 2010]

ORY-LAVOLLEE, Bruno. « Les enjeux de la réutilisation du patrimoine culturel numérisé », in *Journée d'étude de l'Interassociation Archives Bibliothèques et Documentation : Numériser les œuvres du domaine public, et après ? Diffusion, réutilisation, exploitation : des objectifs contradictoires ?* Paris, 4 juin 2009 [En ligne] <http://www.iabd.fr/IMG/pdf/IABD2009-NumDomPub-2.pdf> [Consulté le 28 novembre 2010]

RACINE, Bruno. *Schéma numérique des bibliothèques*. Décembre 2009. [En ligne] <http://lesrapports.ladocumentationfrancaise.fr/BRP/104000143/0000.pdf> [Consulté le 28 novembre 2010]

TACHEAU, Olivier. « La bibliothèque contre-attaque », in *Le Nombriil de Belle-Beille*, 6 novembre 2010. [Billet en ligne] <http://tacheau.wordpress.com/> [Consulté le 28 novembre 2010]

## **Patrimoine en bibliothèques**

BARBIER, Frédéric. « Patrimoine, production, reproduction », in *BBF*, 2004, n° 5, p. 11-20 [En ligne] <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2004-05-0011-002> [Consulté le 21 novembre 2010]

BELOT, Florence. « Silences et représentations autour du public du patrimoine », in *BBF*, 2004, n° 5, p. 51-56 [En ligne] <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2004-05-0051-009> [Consulté le 21 novembre 2010]

BERMES, Emmanuelle, MARTIN, Frédéric, « Le concept de collection numérique », in *BBF*, 2010, n° 3, p. 13-17. [en ligne] <http://bbf.enssib.fr/> [Consulté le 20 décembre 2010]

BERMES, Emmanuelle, FREON, Marie-Élise, MARTIN, Frédéric, « Tous les chemins mènent au numérique », in *BBF*, 2008, n° 6, p. 34-39. [en ligne] <http://bbf.enssib.fr/> [Consulté le 17 octobre 2010]

MARCETTEAU, Agnès. « La place du patrimoine dans les bibliothèques », in *Le Patrimoine : Histoire, pratiques et perspectives*, Jean-Paul Oddos (dir.), Paris : Éditions du cercle de la librairie, 1997. 442 p.

MELOT, Michel, « Qu'est-ce qu'un objet patrimonial ? », *BBF*, 2004, n° 5, p. 5-10  
[en ligne] <http://bbf.enssib.fr/> [Consulté le 17 novembre 2010]

RIOUX, Jean-Pierre. « L'émoi patrimonial », dans *Le Temps de la réflexion*, 1985, n°6.

SYREN, André-Pierre. « Le patrimoine : un projet éditorial », in *BBF*, 2009, n° 1, p. 14-19. [En ligne] <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2009-01-0014-001> [Consulté le 21 novembre 2010]

TESNIERE, Valérie. « Patrimoine et bibliothèques en France depuis 1945 », in *BBF*, 2006, n° 5, p. 72-80. [En ligne] <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2006-05-0072-002> [Consulté le 21 novembre 2010]

WESTEEL, Isabelle, « Le patrimoine passe au numérique », in *BBF*, 2009, n° 1, p. 28-35  
[en ligne] <http://bbf.enssib.fr/> [Consulté le 17 octobre 2010]

## Annexes

### ANNEXE 1 : LISTE DES ENTRETIENS AVEC LES PROFESSIONNELS DES BIBLIOTHEQUES ET DES MUSEES

<b>BnF</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Entretiens avec <b>Frédéric Martin</b>, chef du service Pôles associés/Gallica, les 6 juillet, 5 et 22 octobre, 14 décembre 2010.</li><li>- Entretien avec <b>Mélanie Leroy-Terquem</b>, chargée de mission auprès de la direction des Service et des Réseaux, et <b>Lionel Maurel</b>, coordinateur scientifique au sein du service Pôles associés/Gallica, le 26 octobre 2010.</li></ul>
<b>Enssib</b>	Entretien avec <b>Thomas Chaimbault</b> , bibliothécaire et responsable du blog Vagabondages.
<b>BM de Metz</b>	Entretien avec <b>André-Pierre Syren</b> , directeur, le 14 octobre 2010.
<b>Médiathèque de Roubaix</b>	Entretien avec <b>Virginie Delaine</b> , responsable informatique, le 14 octobre 2010.
<b>Médiathèque de l'agglomération troyenne</b>	Entretien avec <b>Pierre Gandil</b> , directeur par interim, le 16 octobre 2010.

<b>BNUS</b>	Entretien avec <b>David-Georges Picard</b> , chargé de mission auprès de l'Administrateur Action culturelle, Relations Internationales et Communication externe, le 18 octobre 2010.
<b>SCD de Limoges</b>	Entretien avec <b>Frédéric Pirault</b> , responsable de la formation usagers et de la communication externe - Site web, le 18 octobre 2010.
<b>Bfm de Limoges</b>	Échange de courriel avec <b>Étienne Rouziès</b> du pôle Limousin-Patrimoine, le 19 octobre 2010.
<b>BSG</b>	Entretien avec <b>Mathieu Andro</b> , chargé du programme de numérisation, le 22 octobre 2010.
<b>BM de Sedan</b>	Entretien avec <b>Arnaud Degrève</b> , directeur, le 23 octobre 2010.
<b>Bibliothèque centrale de Polytechnique</b>	Questionnaire rempli par <b>Nadine Garnier</b> , responsable du secteur bibliothéconomie du service Accueil Information Culture, le 27 octobre 2010.
<b>SCD Lyon 1</b>	Entretien avec <b>Raphaëlle Bats</b> , chargée de mission communication et valorisation, le 3 novembre 2010.
<b>Bibliothèque des Champs Libres de Rennes</b>	Entretien avec <b>Olivier Pichon</b> , responsable du service communication, le 5 novembre 2010.
<b>BM de Lille</b>	Entretien avec <b>Laure Delrue</b> , responsable des fonds patrimoniaux, le 5 novembre 2010.

<p><b>Bibliothèque de Toulouse</b></p>	<p>Entretien avec <b>Pascal Krajewski</b>, responsable du Service "Gestion et Développement Informatiques" et chargé de l'évaluation, le 17 novembre 2010.</p>
<p><b>BnsA</b></p>	<p>Entretien avec <b>Élise Dudézert</b>, responsable Unité de la Banque numérique du savoir d'Aquitaine et Développement numérique, chef de projet BnsA, et <b>Nadège Galibert</b>, webmaster BnsA, le 23 novembre 2010.</p>
<p><b>Musée des Arts Décoratifs</b></p>	<p>Échange de courriel avec <b>Catherine Collin</b>, responsable du service des publics des musées des Arts Décoratifs, le 16 décembre 2010.</p>

## ANNEXE 2 : BIBLIOTHEQUES FRANÇAISES AYANT MIS EN AVANT LEUR PATRIMOINE NUMERISE SUR UN RESEAU SOCIAL

Bibliothèques	Réseau social
Bibliothèque municipale d'Angers	Facebook Twitter
Médiathèque de Dole	Netvibes
Bibliothèque de l'université Guyane Antilles	Facebook
SCD de l'université de Limoges	Flickr Netvibes
Bibliothèque universitaire Claude Bernard Lyon 1	Facebook
Gallica	Facebook Twitter
Médiathèque de Roubaix	Facebook
Médiathèque de Sedan	Facebook
Médiathèque communautaire Sophia Antipolis	Facebook Twitter
Bibliothèque interuniversitaire de la Sorbonne	Facebook
Bibliothèque nationale et universitaire de Strasbourg	Facebook
Bibliothèque de Toulouse	Delicious Facebook Flickr Twitter
Médiathèque de l'agglomération troyenne	Facebook

## ANNEXE 3 : DISCUSSION DU 21 JUIN 2010 SUR LA PAGE FACEBOOK DE GALLICA



**Gallica** Célébrez la fête de la musique avec Gallica en explorant ses 1000 documents sonores (<http://bit.ly/b7cy27>) qui vont de l'air d'opéra à la chanson gaillarde, en passant par le blues ou les « nursery rhymes » !



**Giovanni Bottesini / Don Sancio - Gallica**

gallica.bnf.fr

Lien vers les 1069 documents sonores de Gallica : <http://bit.ly/b7cy27>

21 juin, 10:56 · J'aime · Commenter · Partager

20 personnes aiment ça.

**J P** N'avez pas honte de la littérature ! Parlez-en de temps en temps... je crois qu'elle occupe un fond important de la BnF, non ? A croire que pour en parler, les littéraires n'ont d'autre solution que de la montrer de façon indirecte, par ses reprises, ou de l'habiller en vieille pute. C'est un peu ce que laisse entendre votre politique sur facebook : faire des posts amusants ou inattendus, mais jamais simplement littéraires.

N'avez pas honte, ou alors arrêtez de vouloir la promouvoir.

21 juin, 11:10 · J'aime · 1 personne · Signaler



**Gallica** Bonjour **J**, merci d'apporter à cette page votre point de vue.

Nous tentons ici de mettre en valeur l'étendue des richesses de Gallica et de montrer que les collections numérisées de la BnF sont plurielles. Et la littérature y est présente : dans les dernières semaines, des liens renvoyaient par exemple vers un Chansonnier provençal du 14e siècle (<http://bit.ly/ak8HgL>), une édition des Fables de La Fontaine (<http://bit.ly/9rBSiC>) ou encore les Coquecigrues de Jules Renard (<http://bit.ly/cUDHQn>). C'est peut-être peu en regard des quelque 168 000 livres accessibles dans Gallica, mais cette page Facebook est aussi la vôtre : n'hésitez pas à partager ici vos découvertes...

21 juin, 11:55 · J'aime · 4 personnes · Signaler

**S D** Bonjour, un mot pour vous remercier pour ces publications régulières. Enfin Facebook présente un véritable intérêt ! Beau travail ! Continuez !

21 juin, 12:08 · J'aime · 2 personnes · Signaler

**J P** Chers Gallica,

D'abord, je tiens à relativiser mon précédent message car sur internet, il est tentant d'être accusateur.

Mais, vous conviendrez que les exemples que vous prenez sont finalement des alibis. Je pourrais faire comme vous avec votre réponse et citer des contre-exemples, qui sont malheureusement bien plus nombreux !

Deux choses :

- votre politique éditoriale ici est certainement de toucher un vaste public, c'est pourquoi vous jouez certainement sur l'actualité (football), les goûts des français (voitures), etc. Non ?
- la lettre de Gallica ([http://www.bnf.fr/lettre\\_gallica/](http://www.bnf.fr/lettre_gallica/)) semble elle-aussi reléguer la littérature au rang d'alibis. Non plus ?

Je ne dis pas ça pour vous accabler, mais parce que je pense que ce n'est pas en faisant ce type de réclame qu'on attire les gens à la littérature. Il ne faut bien entendu pas qu'elle reste maudite, mais en la déguisant ainsi, on ne crée pas (je pense) de fans, ou alors des fans hystériques qui porteront la "Littérature" sans trop savoir pourquoi.

Vous avez un fonds énorme, pourquoi ne pas plus le faire connaître ? Pourquoi privilégier la consommation rapide, adaptée à internet ? Les éventuels amoureux de la littérature sont-ils si dénoués de jugement pour passer à côté ?

21 juin, 12:09 · J'aime · Signaler

- S N** Permettez que j'introduise la vuvuzela...  
21 juin, 12:49 · J'aime · 👤 3 personnes · Signaler
- P L** Tout le monde sait que Gallica est un trésor pour la littérature. J'apprécie, pour ma part, le fait que Gallica publisse des sujets différents...  
21 juin, 13:10 · J'aime · 👤 5 personnes · Signaler
- J -L B** Oui, moi aussi j'ignorais que la BNF regorgeait de trésors aussi divers. Je suis amateur de documents historiques et j'ai, grâce à votre page internet, pu fouiller le site à la recherche de documents de grande valeur. Mon épouse, fan d'opéra, a été émerveillée de découvrir les anciens enregistrements. Continuez ce travail d'ouverture. C'est un plaisir pour moi de découvrir chaque jour une nouveauté.  
21 juin, 13:44 · J'aime · 👤 4 personnes · Signaler
- **J P** "sujets divers", "ouverture", merci pour ces beaux symboles ! Car, sauf si vous souhaitez continuer votre hypocrisie, ce n'est pas une publication de sujets différents, mais une tentative de racolage autour de sujets essentiellement extra-littéraires (voyez un peu la lettre Gallica).  
Je m'interrogeais simplement sur la réalité ou non de cette ouverture. Si vous souhaitez continuer à fonctionner avec des symboles, faites, chantez "Heal the World, make it a better day !", mais ne serait-ce pas intéressant d'avoir un peu plus de littérature valorisée plutôt que des voitures, du football, etc. ?  
Cette méthode est appliquée essentiellement par les littéraires. La littérature devient vraiment un alibi, et la "chose imprimée" un prétexte.  
  
A bon entendeur (que je n'aurai donc pas).  
21 juin, 14:41 · J'aime · Signaler
- L R** Chère Julie. Je pense que vous n'avez pas compris l'esprit de cette page qui, je crois, n'a pas pour mission de défendre un domaine de la culture plutôt qu'un autre. Il ne s'agit pas non plus d'un portail censé refléter des politiques culturelles décidées en haut lieu. J'y vois plutôt des petits clins d'oeil éclectiques essayant, dans la bonne humeur, de donner un modeste aperçu de la diversité des collections numérisées, loin d'être seulement constituées de littérature. Libre à vous de créer une page "concurrente" consacrée aux trésors littéraires de Gallica et de réunir autour de vous ceux qui partagent votre passion.  
21 juin, 17:45 · J'aime · 👤 3 personnes · Signaler
- J P** "sujets divers", "ouverture", merci pour ces beaux symboles ! Car, sauf si vous souhaitez continuer votre hypocrisie, ce n'est pas une publication de sujets différents, mais une tentative de racolage autour de sujets essentiellement extra-littéraires (voyez un peu la lettre Gallica).  
Je m'interrogeais simplement sur la réalité ou non de cette ouverture. Si vous souhaitez continuer à fonctionner avec des symboles, faites, chantez "Heal the World, make it a better day !", mais ne serait-ce pas intéressant d'avoir un peu plus de littérature valorisée plutôt que des voitures, du football, etc. ?  
Cette méthode est appliquée essentiellement par les littéraires. La littérature devient vraiment un alibi, et la "chose imprimée" un prétexte.  
  
A bon entendeur (que je n'aurai donc pas).  
21 juin, 14:41 · J'aime · Signaler
- L R** Chère J . Je pense que vous n'avez pas compris l'esprit de cette page qui, je crois, n'a pas pour mission de défendre un domaine de la culture plutôt qu'un autre. Il ne s'agit pas non plus d'un portail censé refléter des politiques culturelles décidées en haut lieu. J'y vois plutôt des petits clins d'oeil éclectiques essayant, dans la bonne humeur, de donner un modeste aperçu de la diversité des collections numérisées, loin d'être seulement constituées de littérature. Libre à vous de créer une page "concurrente" consacrée aux trésors littéraires de Gallica et de réunir autour de vous ceux qui partagent votre passion.  
21 juin, 17:45 · J'aime · 👤 3 personnes · Signaler

**D F** Mme ou Mlle J P quelle agressivité ! pourquoi ne pas vous-même vous désabonner si Gallica vous déplaît à ce point ?  
21 juin, 17:46 · J'aime · 4 personnes · Signaler

**R M** En effet, pourquoi tant de hargne? Il suffit d'un clic pour ne plus recevoir ces symboles d'hypocrisie, si c'est ainsi que vous les percevez.  
21 juin, 18:13 · J'aime · 4 personnes · Signaler

**J P** Cher L R ,  
Je conviens qu'il y avait peut-être une dose d'erreur d'appréciation dans ma part. Mais beaucoup de choses laissent penser qu'il y ait des décisions en "haut lieu" (comme vous dites ; moi je parle davantage de politique éditoriale, ce qui ... n'est pas choquant !).

Chers R et T U , c'est amusant de voir que quand on émet un jugement, une réserve, on est rapidement taxé d'agressive, de hargneuse. Au regard de vos remarques, je vous offre quelques raisonnements que vous pourrez à loisir adapter à la situation : "Si vous n'aimez pas la France, vous n'avez qu'à la quitter", "Si tu n'aimes pas les émissions people..., tu n'as qu'à pas acheter de télé", "si tu n'aimes pas le football, tu n'as qu'à pas exister pendant la coupe du monde", "si tu n'aimes pas les pédophiles, tu n'as qu'à pas faire d'enfant" (cette dernière me sera reprochée bien sûr, mais c'était pour détendre l'atmosphère).

J'aime profondément tout ce que fait Gallica, je faisais une réserve sur ce qu'on appelle habituellement une ligne éditoriale, même si à un moment, compte tenu des boucliers dressés, je me suis défendue également, et de façon peut-être mal adaptée. Je serai loin de critiquer une entreprise comme Gallica, au contraire.

Dans l'espoir d'un bon entendeur...  
21 juin, 20:44 · J'aime · Signaler

**H C** Des chansons gaillardes ??? Rrrôôôôô...  
21 juin, 21:09 · J'aime · Signaler

**J -L B** Chère J , je n'aime pas les émissions people, mais cela ne m'empêche pas d'avoir une télé : je regarde simplement autre chose et je n'écris pas des messages sur internet reprochant aux chaînes de télé de ne pas programmer les sujets qui m'intéressent. Je n'aime pas le football, mais je ne vois pas en quoi la coupe du monde m'empêcherait d'exister. Bref, je fais ce que je veux sans ennuyer les autres. Puisque vous cherchez un bon entendeur, essayez de l'être d'abord vous-même.  
22 juin, 13:16 · J'aime · Signaler

**J P** Un fromager a le droit de vendre des légumes. Mais laissez-moi juste le droit de trouver dommage que le fromager vende ESSENTIELLEMENT des légumes au détriment de ses fromages.  
Mon erreur également était de poster ma réaction au dessous d'un post non concerné : les plus concernés étant ceux sur la boxe, le football, les voitures Peugeot, etc. qui me semblaient plus nombreux que les sujets littéraires.  
22 juin, 22:33 · J'aime · Signaler