



Une bibliothèque numérique sur les réseaux sociaux :

→ L'EXEMPLE DE GALLICA

L'ÉQUIPE@GALLICABNF
gallica@bnf.fr

L'équipe qui assure la présence de Gallica sur les réseaux sociaux comprend cinq personnes, issus de différents départements de la BnF, et qui assument cette tâche parmi leurs autres fonctions. Afin de préserver le mystère qui entoure l'identité de Gallica, ils souhaitent rester anonymes, et le BBF respecte ce souhait.

La Bibliothèque nationale de France a inscrit parmi ses axes stratégiques le développement de services numériques aux usagers, notamment avec sa bibliothèque numérique Gallica. En ligne depuis 1997, Gallica donne aujourd'hui accès à près de deux millions de documents, livres, fascicules de presse et revues, manuscrits, cartes et plans, images (estampes, photographies, affiches), partitions et enregistrements sonores.

Pour promouvoir les contenus et les services de Gallica et pour expérimenter de nouveaux modes d'interaction avec les Gallicanautes, la BnF a choisi d'être présente sur les réseaux sociaux. Cet investissement s'est traduit, pour Gallica, par l'ouverture d'une page Facebook (www.facebook.com/GallicaBnF) et d'un fil Twitter (<http://twitter.com/GallicaBnF>) en 2010, ainsi que d'un compte Pinterest¹ (<http://pinterest.com/gallicabnf>) en 2012.

Ce qui au départ constituait une expérimentation s'est pérennisé et a montré combien la bibliothèque numérique gagnait à s'aventurer sur le terrain des réseaux sociaux. Après deux ans de pratique quotidienne, la gestion de la présence de Gallica sur Facebook, Twitter et Pinterest offre matière à analyse, tant sur le plan de la stratégie de médiation numérique qui a été mise en œuvre que sur le

plan des transformations qu'elle a imposées en termes de conception du métier de bibliothécaire et en termes de rapports des bibliothécaires aux usagers.

L'inscription dans une stratégie de médiation numérique

L'apparition des réseaux et médias sociaux a contribué depuis quelques années à bouleverser les pratiques et usages du web. Pour beaucoup d'internautes, Facebook, Twitter ou Google+ constituent les principales portes d'entrée ouvrant sur la masse phénoménale de contenus qu'offre le web. Une institution culturelle, *a fortiori* une bibliothèque numérique, ne peut plus se contenter d'attendre que les internautes se rendent sur son site en ligne par un accès direct ou via les moteurs de recherche. Sa visibilité dépend en grande partie de sa capacité à s'implanter là où se trouvent les internautes.

« Être là où le public passe »

L'implantation d'une institution culturelle sur le web ne passe bien évidemment pas que par les réseaux sociaux. En l'occurrence, la promotion des contenus et des services de Gallica repose sur des dispositifs plus traditionnels : un blog (<http://blog.bnf.fr/gallica>) et une lettre d'information électronique (www.bnf.fr/lettre_gallica), envoyée tous les mois à plus de 36 000 abonnés, ont été mis en place en 2009. Mais il est vite apparu

1. Pinterest est un réseau social qui repose sur le principe du tableau en liège sur lequel on vient épingler (pin) des photographies ou des coupures de journaux. L'utilisateur peut y créer des tableaux thématiques (boards) rassemblant des images trouvées sur le web et en faire profiter ses abonnés.

Gallica a partagé un lien.
17 juillet

"Je ne regrettais pas de m'être fixé pour quelque temps au Caire et de m'être fait sous tous les rapports un citoyen de cette ville, ce qui est le seul moyen de la comprendre et de l'aimer."
Aujourd'hui, le "Prince d'Aquitaine à la Tour abolie" sera votre guide en orient...

Gérard de Nerval. Carnet de voyage en Orient. XIXe s

Nerval, Gérard Labrunie, dit Gérard de. Auteur du texte - Gérard de Nerval. Carnet de voyage en Orient. XIXe s - manuscrits

J'aime · Commenter · Partager 34

69 personnes aiment ça.

Marianne Staub Un bijou, malheureusement bien oublié...
17 juillet, 11:03 · J'aime

Nicole Le Bossé Ce carnet de voyage serait très bien dans ta bibliothèque?
18 juillet, 22:39 · J'aime

Illustration 1

Gallica
18 juillet

Gallica et Gustave Le Gray (27 photos)
"Faites le voyage que la photographie, au lieu de tomber dans le domaine de l'industrie, du commerce, rentre dans celui de l'art." Aujourd'hui, Gallica rend hommage à l'un des premiers artistes photographes et vous emmène en voyage à travers des photographes de Gustave Le Gray.

J'aime · Commenter · Partager 199

366 personnes aiment ça.

Comptongery Art Resonance Island (CART) ...et bien la photographie est rentrée dans le domaine de l'industrie du commerce... et dans celui de l'art...
18 juillet, 18:39 · J'aime · Répondre

Combalu Hubert Une fenêtre ouverte sur la mer...merci de nous faire partager votre beauté.
samedi, 8:21:09 · J'aime

Illustration 2

Pinterest Add · About · GallicaBnF

Gustave Le Gray 124

"Faites le voyage que la photographie au lieu de tomber dans le domaine de l'industrie, du commerce, rentre dans celui de l'art." Découvrez dans ce board une sélection de photographes de Gustave Le Gray, l'un des premiers artistes photographes.

GallicaBnF Edit Board 164 followers, 33 pins

Vue d'ensemble du château de Fontainebleau, Vue partielle / View of Fontainebleau castle from the garden, 1851
gallica.bnf.fr

Vue d'ensemble du château de Chantouilly, Vue partielle / View of Chantouilly castle from the garden, 1851
gallica.bnf.fr

Vue d'ensemble de la ville du Port / View of La Port, 1851
gallica.bnf.fr

Vue de Fontainebleau / View of Fontainebleau, Paris, 1845-1850
gallica.bnf.fr

Vue de la ville et du pont de Calvès / View of Calvès, 1851
gallica.bnf.fr

Portrait de deux enfants / Portrait of two children, 1851-1850
gallica.bnf.fr

Portrait de la baronne de Sévère / Portrait of the baroness of Sévère, 1851-1850
gallica.bnf.fr

Nôtre Dame de Paris, 1850
gallica.bnf.fr

Portrait de deux collégiens / Portrait of two high school boys, 1851-1850
gallica.bnf.fr

Notre-Dame de Paris / Notre-Dame de Paris, 1851
gallica.bnf.fr

Illustration 3

GallicaBnF @GallicaBnF
16 Juill

Qui l'eut cru ? Le guide de #ParisPlages est dans Gallica : bit.ly/M2wWLX

Réduire · Répondre · Supprimer · Favori

3 RETWEETS 1 FAVORI

3:15 PM - 16 Juill, 12 via LaterBro.com · Détails

Illustration 4

GallicaBnF @GallicaBnF
16 Juill

Quand Tsilla Chelton jouait Les Chaises de Ionesco : bit.ly/Mcm3xK#aLireDansGallica

Réduire · Répondre · Supprimer · Favori

4:16 PM - 16 Juill, 12 via LaterBro.com · Détails

Illustration 5

GallicaBnF @GallicaBnF
20 Juill

le 19 juillet 1834 naissait... Edgar Degas ! Retrouvez ses carnets de dessins bit.ly/NYLILY

Réduire · Répondre · Supprimer · Favori

6 RETWEETS 1 FAVORI

1:01 PM - 20 Juill, 12 via LaterBro.com · Détails

Illustration 6

GallicaBnF @GallicaBnF
19 Juill

Gallica presents... Charlie #Chaplin ! bit.ly/LYTrds

Réduire · Répondre · Supprimer · Favori

2 FAVORI

6:02 PM - 19 Juill, 12 via LaterBro.com · Détails

Illustration 7

GallicaBnF @GallicaBnF

Nouveau billet sur le blog #Gallica : comment (bien) utiliser la recherche plein texte bit.ly/8Y1oUu

↳ Répondre · Supprimer · Favori

5 RETWEETS 3 FAVORIS

2:31 PM - 19 Juill, 12 via LaterBro.com · Insérer ce Tweet

Illustration 8

Frantzttz François Frémeau
@GallicaBnF Le site bugge, la barre de recherche ne s'affiche pas ...
June 28 #

GallicaBnF GallicaBnF
@Frantzttz Actualisez la page ou videz le cache de votre navigateur, a barre de recherche devrait normalement revenir...
June 28 #

Illustration 9

que les éléments interdépendants que constituent le site web, le blog et la lettre d'information électronique devaient s'inscrire dans un écosystème plus large de médiation numérique.

La BnF a donc choisi de créer une présence en ligne pour Gallica sur des réseaux déjà fortement implantés comme Facebook (850 millions d'utilisateurs dans le monde, 22 millions en France) et Twitter (300 millions d'utilisateurs dans le monde, 2 millions en France), ou en passe de l'être comme Pinterest – qui représente aujourd'hui le troisième réseau social le plus populaire aux États-Unis derrière Facebook et Twitter.

Définir une identité numérique

Comme l'a montré Silvère Mercier², l'implantation d'une institution culturelle sur les réseaux sociaux soulève des enjeux d'identité numérique et implique l'élaboration d'une ligne éditoriale. Dans le cas de Gallica, une étude menée à la fin de l'année 2009 a permis de définir un positionnement qui constitue encore aujourd'hui la colonne vertébrale de sa présence en ligne.

Le choix a été fait de mettre en avant Gallica en tant que service, sans révéler l'identité des acteurs qui animent sa présence sur les réseaux sociaux. L'adoption d'une « identité de service » a été pensée dans la perspective d'une proximité, voire d'une connivence avec les internautes, afin de faire émerger, avec et autour de Gallica, une communauté de Gallicanauts. Autrement dit, si le service que rend Gallica (en termes de mise à disposition de contenus numérisés et de fonctionnalités offertes autour de ces contenus) est mis en avant sur Facebook, Twitter et Pinterest, il ne s'agit pas d'un service désincarné : Gallica a sa voix, sa personnalité – et son humour ! – propres, autant d'éléments qui se sont construits progressivement et à l'aide de la communauté d'utilisateurs qu'elle a réussi à fédérer autour d'elle.

2. www.bibliobsession.net/2009/05/05/quelle-identite-numerique-pour-une-institution-publique

Établir une ligne éditoriale

Cette voix et cette personnalité de Gallica ne sont pas une fin en soi ; elles constituent le support d'une ligne éditoriale adaptable en fonction des réseaux sur lesquels elle s'exprime. Car chaque média social a son fonctionnement, ses pratiques et son rythme auxquels il a fallu se plier. Sur le plan du rythme de publication, l'alimentation de chaque compte suit une fréquence définie : si la page Facebook de Gallica publie un à deux posts par jour, le fil Twitter peut diffuser une vingtaine de tweets quotidiens, tandis que le compte Pinterest est alimenté cinq à six fois par mois. Sur le plan du type de publication, là aussi, Gallica s'adapte à la nature du réseau social sur lequel elle s'exprime : sur Facebook et Pinterest, dont les interfaces sont particulièrement adaptées au partage d'images, les contenus iconographiques (photographies, estampes, affiches, cartes et plans, manuscrits enluminés, etc.) sont privilégiés, tandis que sur Twitter la variété des types de documents mis en avant est plus large. Sur le plan du ton adopté pour communiquer avec les internautes, les publications de Gallica prennent également en compte les us et coutumes propres à chaque réseau : sur Facebook, l'aspect ludique et la proximité avec les Gallicanauts sont privilégiés, alors que sur Twitter, la fantaisie et l'humour – parfois un brin provocateur – ont davantage droit de cité.

Quatre axes majeurs ont été définis pour structurer cette ligne éditoriale : la mise en avant des contenus de Gallica, le signalement des services et fonctionnalités offerts par l'interface de Gallica, l'interaction avec les usagers et la valorisation des réutilisations de contenus de Gallica par les internautes.

Pousser les contenus sur les réseaux

La mise en valeur des documents numérisés constitue le fil rouge de la présence de Gallica sur les réseaux sociaux : ce sont surtout les contenus que l'on cherche à y promouvoir, en mettant en avant aussi bien des trésors du patrimoine que des documents insolites.

La semaine du 16 au 20 juillet 2012 a par exemple permis, sur la page Facebook, d'inviter les internautes à consulter le manuscrit du carnet de voyage en Orient de Nerval par le biais du lecteur exportable³ (illustration 1) et de signaler la mise en ligne des photographies de Gustave Le Gray par le biais d'un album photo (illustration 2) – images qui ont également servi à la création d'un *board* sur le compte Pinterest (illustration 3).

Cette semaine-là, le fil Twitter a signalé les mêmes documents et a par ailleurs mis en valeur différents fonds de Gallica en indiquant les liens⁴ vers des documents liés à l'actualité (l'ouverture de Paris Plages, illustration 4 ; la mort de Tsilla Chelton, illustration 5), à des commémorations (illustration 6) ou à l'envie du moment (illustration 7) !

Informers les internautes des évolutions de l'interface

La page Facebook et le fil Twitter de Gallica s'attachent également à communiquer sur les services et fonctionnalités offerts par l'interface de Gallica. Chaque nouveauté fait ainsi l'objet d'un billet de blog relayé sur les réseaux sociaux, comme ce fut le cas lors de la semaine du 16 juillet avec l'évolution du module de recherche plein texte (illustration 8).

Interagir avec les internautes

Le succès d'une présence institutionnelle en ligne repose en grande partie sur sa capacité à intégrer la

3. Le lecteur exportable est disponible depuis fin 2010 pour tous les documents consultables dans Gallica : il permet de feuilleter un livre, un manuscrit ou un lot d'images sur un site web ou un blog. Ce lecteur exportable est compatible avec l'interface de Facebook : tout internaute disposant d'un compte Facebook peut ainsi partager un document de Gallica sous cette forme et permettre à ses amis de le feuilleter directement sur son « mur ». Le développement de cette fonctionnalité s'inscrit pleinement dans la volonté de favoriser la dissémination des contenus numérisés par la BnF sur le web.

4. Le service de raccourcisseur d'URL *bit.ly* est utilisé par Gallica sur son fil Twitter. Ce service, gratuit, permet notamment de connaître le nombre de clics effectués sur chaque lien.

dimension sociale de ces réseaux. L'équipe qui gère la présence de Gallica sur Facebook et Twitter s'efforce donc de répondre à toutes les questions des internautes concernant la bibliothèque numérique (illustrations 9 et 10), y compris quand elles ne lui sont pas directement adressées (illustration 11).

L'interaction se joue avec les usagers de Gallica, mais aussi avec d'autres institutions culturelles présentes sur Facebook ou sur Twitter. Elle peut prendre la forme de tweets adressés à des musées susceptibles d'être intéressés par certains documents de Gallica (illustration 12) ou d'initiatives ponctuelles : à l'occasion de la Journée des archives le 9 juin 2012, des documents issus des collections des Archives nationales, de Gallica, de Cantal archives, des archives départementales d'Ille-et-Vilaine et des archives départementales de la Manche ont ainsi été rassemblés pour constituer un album commun partagé sur les pages Facebook de ces institutions respectives (illustration 13).

Ces initiatives permettent à Gallica de s'ouvrir à d'autres communautés d'usagers comme celles des musées ou des archives et de favoriser la promotion de ses contenus et de ses services auprès de nouveaux publics.

Sur Twitter, le dispositif adopté pour susciter l'interaction avec les Gallicanautes est tout autre. Les mises en ligne de nouveaux documents sont signalées chaque semaine par le biais d'un *hashtag* spécifique, #ChasseAuxTrésors (illustration 14). Les abonnés au fil Twitter de Gallica sont invités à reprendre ce *hashtag* et à faire découvrir à leurs propres abonnés les trésors qu'ils auront pu découvrir parmi les nouveaux documents (illustrations 15 et 16).

Leurs trouvailles sont retweetées par le fil Twitter de Gallica. Ce rendez-vous hebdomadaire contribue autant à rendre compte de l'accroissement des contenus numérisés par la BnF qu'à mettre en valeur les internautes qui dépouillent ces nouvelles mises en ligne. Grâce à la #ChasseAuxTrésors, les Gallicanautes deviennent de véritables ambassadeurs de la bibliothèque numérique.



Illustration 10



Illustration 11

Valoriser les trouvailles des Gallicanautes

Permettre aux Gallicanautes d'endosser le rôle d'ambassadeur de Gallica constitue un enjeu fort de la présence de la bibliothèque numérique sur les réseaux sociaux. Nous sommes pour cela partis d'un constat : les Gallicanautes sont parfois des blogueurs actifs qui utilisent les contenus de Gallica pour illustrer leurs billets ; certains rendent compte sur leur blog de leurs recherches au sein de la bibliothèque numérique, d'autres partagent leurs trouvailles sur les réseaux sociaux, d'autres enfin les mentionnent dans des forums de discussion... Pour repérer ces mentions ou ces réutilisations de documents de Gallica, une veille quotidienne est effectuée, qui permet de recueillir chaque jour plusieurs exemples remarquables. Les trouvailles partagées par les Gallicanautes sur Twitter sont signalées par le biais d'un retweet de Gallica (illustrations 17 et 18).

Les trouvailles partagées sur des blogs ou des forums de discussion sont quant à elles signalées par le biais du *hashtag* #Gallicanautes.

Ce *hashtag* #Gallicanautes est régulièrement repris par des usagers de Twitter indiquant ainsi qu'ils renvoient vers des contenus de Gallica (illustration 19) ou par des blogueurs souhaitant signaler qu'ils utilisent dans leur billet des documents trouvés dans Gallica (illustration 20).

Ce dispositif a permis d'identifier un certain nombre de Gallicanautes blogueurs avec qui s'est instaurée une relation privilégiée. Certains d'entre eux ont été invités à confectionner des albums photos à partir de documents trouvés dans Gallica, albums qui ont été publiés sur la page Facebook de Gallica. Ce fut par exemple le cas de @ferocias, auteur du blog *Archéo SF*⁵, avec un album consacré à *La science populaire* (illustration 21).

(suite en page 36)

5. <http://archeosf.blogspot.com>

→ Une bibliothèque numérique sur les réseaux sociaux :



Illustration 12



Illustration 15

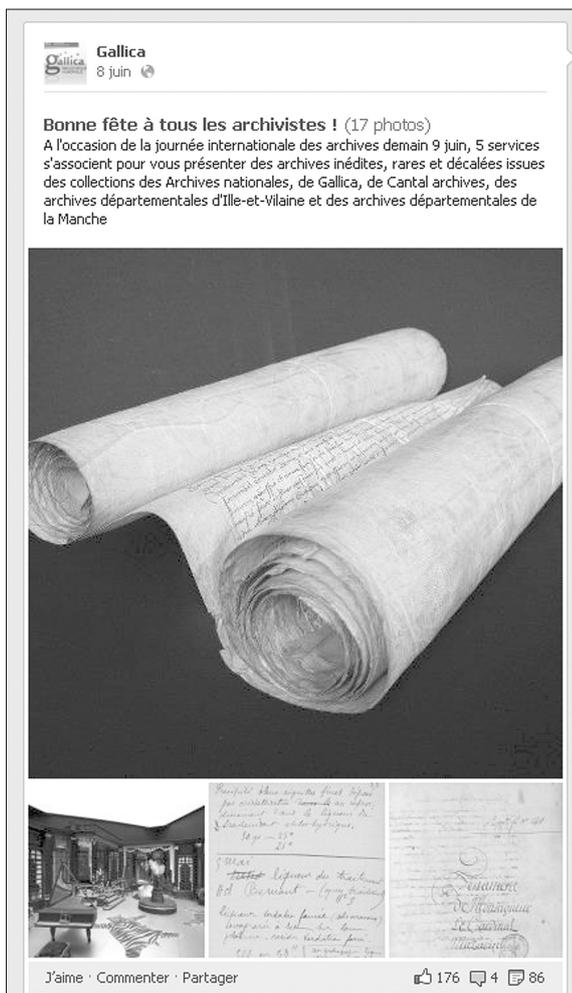


Illustration 13



Illustration 16



Illustration 17



Illustration 18



Illustration 19



Illustration 14



Illustration 20

La mise en valeur des réutilisations de documents de Gallica a émergé avec le fil Twitter de Gallica et s'est progressivement étendue à la page Facebook, avec les albums de « l'invité de Gallica », au blog Gallica, avec des billets consacrés à des usages spécifiques de la bibliothèque numérique⁶ ainsi qu'au compte Pinterest, avec le board « Trouvailles de Gallicanautes » qui rassemble les images de Gallica utilisées sur des blogs (illustration 22).

La ligne éditoriale choisie pour assurer la présence de Gallica sur les réseaux sociaux est donc riche; elle exige un engagement fort de la part des agents et a nécessité la mise en place de nouveaux modes de fonctionnement au sein de la BnF.

Une transformation du métier de bibliothécaire ?

Le développement de la présence de Gallica sur les réseaux sociaux s'est accompagné de la mise en place d'une organisation interne adaptée aux usages du web. Elle repose sur trois piliers : une confiance large accordée aux animateurs; un mode de fonctionnement non hiérarchique; un fonctionnement collectif.

Une organisation interne adaptée aux usages du web

La gestion de la présence de Gallica sur les réseaux sociaux repose sur une donnée essentielle : une confiance large est accordée par la direction de la BnF aux agents qui l'assurent. Par nature, l'information mise à disposition sur les réseaux sociaux s'insère dans un flux continu et a une durée de vie très courte. Les interactions avec l'utilisateur suivent un rythme rapide : il faut pouvoir réagir en moins d'une demi-journée sur Facebook, en moins d'une heure sur Twitter. Ce fonctionnement est incompatible avec un circuit traditionnel, où chaque publication fait

6. Voir notamment « Quand les Gallicanautes se mettent aux fourneaux », billet consacré à l'utilisation de documents de Gallica dans la blogosphère gastronomique : <http://blog.bnf.fr/gallica/?p=4058>



Illustration 21

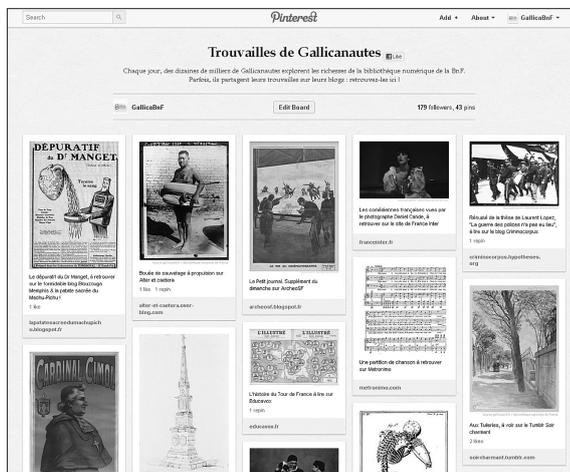


Illustration 22

l'objet d'une validation par le responsable hiérarchique. Sur proposition des animateurs, la direction de la BnF a décidé de mettre en place un circuit souple. Les animateurs de la présence de Gallica sur les réseaux sociaux s'engagent à respecter un certain nombre de principes (ils n'expriment pas d'opinions personnelles – politiques entre autres – via les comptes Gallica) et à signaler tout incident ou échange problématique avec les internautes (dans les faits, en deux ans de pratique, cela n'est arrivé qu'une ou deux fois). L'identité numérique choisie et la gestion collective de la présence de Gallica ont en outre contribué à encourager une forme de contrôle croisé des publications au sein même de l'équipe.

Dès ses débuts, la présence de Gallica sur les réseaux sociaux a été conçue pour être gérée de manière collective. La BnF a choisi de ne pas y consacrer un poste complet mais de répartir le travail afférent sur plusieurs postes. Au départ, la gestion a été confiée à une équipe de deux personnes. Cette équipe s'est élargie un an plus tard pour intégrer trois nouveaux membres. À ce jour, cinq agents, issus de différents départements de la BnF, contribuent à assurer la présence de Gallica sur les réseaux sociaux sur une part de leur temps de travail.

Il est difficile d'évaluer le volume horaire consacré par chaque membre à cette tâche. Un des membres de l'équipe a qualifié le temps qu'il y consacre de « temps interstitiel » : il y travaille le plus souvent entre deux tâches. En moyenne, l'ensemble des membres de l'équipe s'accorde à évaluer à 10 % environ le temps de travail qu'ils consacrent chacun à la présence de Gallica sur les réseaux sociaux, réparti de manière inégale selon les semaines.

Le fonctionnement quotidien de l'équipe est défini de la manière suivante : chaque semaine, un membre est posté en *front office* et devient seul responsable de publication. Il est ainsi chargé :

- d'établir au préalable le programme de publication sur la page Facebook : une publication quotidienne du lundi au jeudi et une « énigme du vendredi », soit cinq publications par semaine ;

- de répondre aux commentaires et questions des usagers sur la page Facebook ;

- de tweeter en fonction de l'actualité et de répondre aux tweets des usagers de Gallica sur Twitter ;

- d'effectuer une veille systématique sur les réutilisations de documents de Gallica par les « Gallicanutes » et de relayer ces réutilisations sur Twitter et sur Pinterest ;

- d'alimenter le compte de Gallica sur Pinterest.

C'est au cours de cette semaine que le temps consacré à la présence de Gallica sur les réseaux sociaux est le plus important, même si pour le responsable de publication, le travail commence en réalité durant la semaine précédente. L'établissement du programme de publication sur la page Facebook suppose en effet un travail de recherche conséquent dans Gallica, pour repérer les documents qui seront exploités. Le programme de publication est envoyé le jeudi ou vendredi précédant la semaine de publication aux autres membres de l'équipe pour recueillir avis et suggestions.

Au cours de la semaine dont il a la charge, le responsable de publication dispose d'outils lui permettant de programmer à l'avance certaines publications, en particulier sur Twitter. Il peut ainsi programmer plusieurs tweets à l'avance et assurer une présence « permanente » de Gallica même s'il a d'autres contraintes. Travail préparatoire et outils de programmation sont donc deux facteurs importants pour permettre à chaque membre d'assurer, en plus des fonctions afférentes à son poste, le travail d'animation au cours de la semaine de publication.

Enfin, le responsable de publication n'est jamais seul : un *back office* assure un soutien permanent. Au moyen d'un « groupe fermé » sur Facebook et du *chat* qui y est associé, l'ensemble des membres de l'équipe d'animation reste en contact. En moyenne deux à trois membres de l'équipe sont présents de manière concomitante sur le *chat*, responsable de publication inclus. Ce dernier peut ainsi recueillir des suggestions, demander immédiatement un avis sur la formulation d'un tweet ou signaler à ses coéquipiers qu'il doit s'absenter pendant quelques

heures (déplacement, réunion, plage de service public) et qu'il leur confie les rênes de l'animation. Ce *back office* agit comme un élément fédérateur de l'équipe, et contribue de manière importante à la modération des publications et à l'harmonisation de la ligne éditoriale.

Du bibliothécaire au médiateur numérique

Animer la présence d'une bibliothèque sur les réseaux sociaux demande des compétences qui ne font pas nécessairement partie du « cœur de métier » du bibliothécaire. Pour assurer une gestion efficace de la présence en ligne de Gallica, chaque membre de l'équipe est devenu un véritable « touche-à-tout ».

Comme le montre le schéma élaboré par Lionel Maurel⁷ (illustration page suivante), l'animateur/médiateur numérique fait appel à divers types de compétences :

- des compétences « bibliothéconomiques » appliquées au web : recherche documentaire, connaissance de Gallica ;

- des compétences d'ordre technique : maîtrise des interfaces web, écriture web, veille sur les médias sociaux ;

- des compétences relevant de la communication : benchmarking, gestion d'eReputation, définition d'une ligne éditoriale ;

- des compétences « sociales » : culture générale, travail collaboratif, animation de communautés.

Ces compétences mêlent bien souvent expériences professionnelles et pratique personnelle. Les cinq membres de l'équipe d'animation travaillent dans différents départements de la BnF. Ils ont tous en commun une pratique personnelle des réseaux sociaux, mais occupent des postes de nature différente. Aucun d'entre eux n'occupe cependant de poste d'expert scientifique sur un domaine de collection en particulier.

7. Lionel Maurel, présentation lors de la journée d'étude « Le web 2.0 : nouveaux services ou effet de mode ? », Médiadix/Urfist Paris, 10 décembre 2010.

Le médiateur numérique, un agent de redocumentarisation

La nature même des réseaux sociaux en fait des « espace(s) d'interactions hautement concurrentiel(s), où les utilisateurs sont soumis à un flux continu d'informations, au sein duquel il n'est pas facile d'émerger⁸ ». Pour intégrer pleinement ces médias où prime l'économie de l'attention, le bibliothécaire se doit d'accepter une forme de « perte de contrôle » sur les contenus qu'il publie.

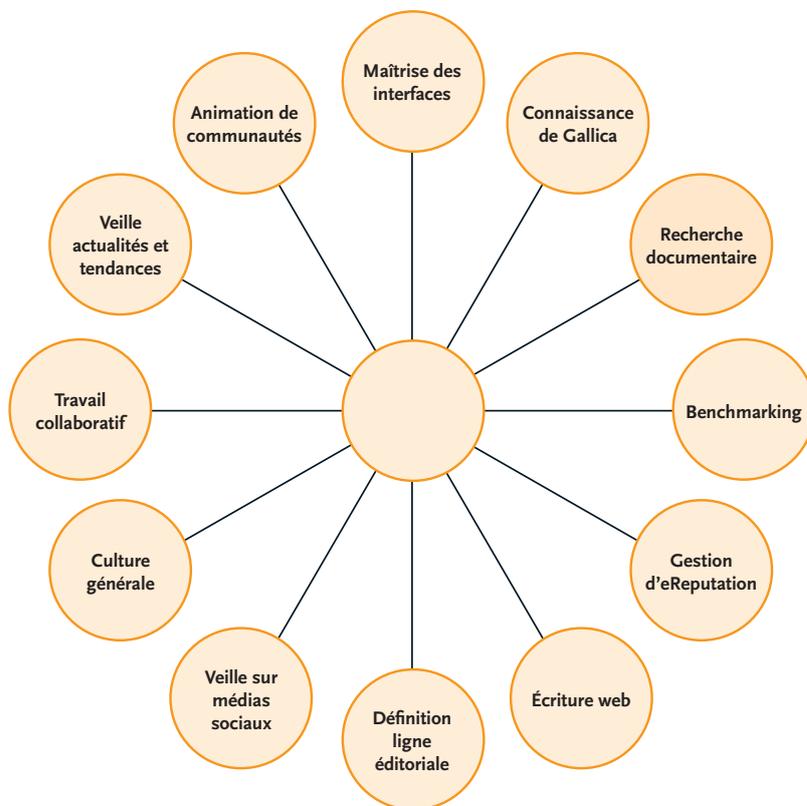
S'il est possible de faire ressortir la valeur patrimoniale des contenus proposés – la publication d'un « trésor » patrimonial fonctionne toujours très bien –, les réseaux sociaux permettent de créer de nouvelles formes de valeurs⁹ :

- une valeur « en temps réel », liée au moment de la publication plus qu'à la valeur intrinsèque des contenus proposés. Par exemple, l'album Facebook *Gallica, set et match* publié au moment du tournoi de Roland-Garros. Le temps « accéléré » sur Twitter demande une réaction bien plus rapide, à l'exemple du tweet « #Gallica aussi a son @Christian Bale <http://bit.ly/NJbHEM> » publié le jour de la sortie du dernier *Batman*;

- une valeur « conversationnelle », particulièrement développée sur Twitter. Par exemple, le mystère de l'identité des animateurs de Gallica fait régulièrement l'objet d'échanges de tweets entre les Gallicanautes et le fil @GallicaBnF;

- une valeur d'échange, qui parfois fait disparaître complètement le contexte initial des documents. À l'occasion de la publication de l'album *Gallica en maillot de bain*, plusieurs Gallicanautes ont partagé cet album sur leur profil Facebook personnel, et certains de leurs amis ont pensé qu'ils partageaient des photos... de leurs vacances!

Les contenus valorisés font ainsi l'objet d'une « redocumentarisa-



Les compétences du médiateur numérique

(source : Lionel Maurel, présentation lors de la journée d'étude

« Le web 2.0 : nouveaux services ou effet de mode? », Médiadix/Urfist Paris, 10 décembre 2010)

tion¹⁰ » : l'utilisateur se réapproprie les documents, il les réinterprète non pas seulement en fonction de leur valeur intrinsèque, mais aussi en fonction du « degré affectif » qu'ils peuvent lui procurer.

Conclusion

Si la présence de la bibliothèque sur les réseaux sociaux modifie en partie les frontières du métier de bibliothécaire, elle bouleverse surtout les rapports traditionnels entre bibliothécaires et usagers. Ceux-ci sont démultipliés – plus de 15 000 fans de la page Facebook, plus de 8 000 abonnés au fil Twitter – mais aussi plus souples,

plus intimes. Le bibliothécaire n'est plus seulement prescripteur : il met à disposition de la communauté les biens qu'il estime ou qu'il aime le plus et crée une relation de confiance avec ses usagers numériques. Il voit avec plaisir le succès de certaines publications, il est parfois déçu par leur échec relatif. Sans doute est-il tout simplement devenu... un usager comme les autres. ●

Juillet 2012

8. Lionel Maurel, « Ce que Twitter fait aux bibliothèques... », in *Bibliothèques 2.0 à l'heure des médias sociaux*, sous la direction de Muriel Amar et Véronique Mesguich, Paris, Éditions du Cercle de la librairie, 2012.

9. Lionel Maurel, article cité.

10. Manuel Zacklad in Lionel Maurel, article cité.