

**ASSISTANT TERRITORIAL DE CONSERVATION DU PATRIMOINE ET DES
BIBLIOTHEQUES PRINCIPAL DE 1^{ère} CLASSE**

EXAMEN PROFESSIONNEL D'AVANCEMENT DE GRADE

SESSION 2014

**Rédaction d'une note à l'aide des éléments d'un dossier portant sur la spécialité
au titre de laquelle le candidat concourt.**

Durée : 3 heures

Coefficient : 1

<p>SPÉCIALITÉ : DOCUMENTATION</p>
--

À LIRE ATTENTIVEMENT AVANT DE TRAITER LE SUJET

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Vous ne devez faire apparaître aucun signe distinctif dans votre copie, ni votre nom ou un nom fictif, ni votre numéro de convocation, ni signature ou paraphe.• Aucune référence (nom de collectivité, nom de personne, ...) autre que celles figurant le cas échéant sur le sujet ou dans le dossier ne doit apparaître dans votre copie.• Seul l'usage d'un stylo à encre soit noire, soit bleue est autorisé (bille non effaçable, plume ou feutre). L'utilisation d'une autre couleur, pour écrire ou souligner, sera considérée comme un signe distinctif, de même que l'utilisation d'un surligneur.• Le non-respect des règles ci-dessus peut entraîner l'annulation de la copie par le jury.• Les feuilles de brouillon ne seront en aucun cas prises en compte. |
|--|

**Ce dossier contient 25 pages, y compris celle-ci
Il appartient au candidat de vérifier que le document comprend
le nombre de pages indiqué**

Sujet :

Vous êtes assistant territorial de conservation du patrimoine et des bibliothèques principal de 1^{ère} classe au service de documentation interne du département de X. Votre directeur vous demande de rédiger à son attention, exclusivement à l'aide des documents joints, une note sur la médiation documentaire numérique.

Liste des documents :

- Document 1 :** « Développer la médiation documentaire numérique » - *Extrait de l'ouvrage édité par l'ENSSIB, collection La boîte à outils, paru en 2012, 227 p.* - 2012 – 4 pages
- Document 2 :** « Professionnels de l'infodoc : le web est notre métier » - *Archimag n°243* - avril 2011 - 5 pages
- Document 3 :** « Bye bye l'infodocumentaliste, bienvenu l'infomanager ! » - *Archimag n°229* - novembre 2009 - 2 pages
- Document 4 :** « À la rencontre des professionnels de l'information » - *Documentaliste, Sciences de l'information vol. 48* - 2011 - 2 pages
- Document 5 :** « Les professionnels attendent davantage des médias électroniques » - *Archimag n°235* - juin 2010 - 3 pages
- Document 6 :** « Quelle identité numérique institutionnelle pour les bibliothèques et les centres documentaires ? » - *Documentaliste, Sciences de l'information vol.47* - 2010 - 2 pages
- Document 7 :** « Une stratégie de médiation numérique innovante et globale » - *Documentaliste, Sciences de l'information vol.46* - 2009 - 1 page
- Document 8 :** « La médiation numérique, ça s'apprend » - *Archimag n°243* - avril 2011 - 2 pages
- Document 9 :** « Il faut bien circonscrire le périmètre de la médiation numérique » - Extrait de « *Carnets de la médiation numérique* », publié par la collectivité territoriale de Corse en collaboration avec l'association Créatif - juin 2012 - 2 pages

Documents reproduits avec l'autorisation du C.F.C.

Certains documents peuvent comporter des renvois à des notes ou à des documents volontairement non fournis car non indispensables à la compréhension du sujet.

Extrait de l'ouvrage édité par l'ENSSIB, collection La boîte à outils, paru en 2012, 227 p. :

DEVELOPPER LA MEDIATION DOCUMENTAIRE NUMERIQUE

sous la direction de Xavier Galaup

Définition et enjeux de la médiation numérique documentaire

Le concept de médiation documentaire au sein des sciences de l'information et de la communication (SIC), renvoie à la notion d'intermédiaire, de lien entre le singulier et le collectif. La médiation documentaire concerne une médiation des savoirs mettant en place, grâce à un tiers, des interfaces qui accompagnent l'utilisateur et facilitent les usages. Elle permet de concilier deux choses jusque-là non rassemblées pour établir une communication et un accès à l'information. C'est par sa capacité à lier information et communication qu'elle peut être qualifiée de médiation documentaire. Elle s'appuie sur des composants humains ou matériels qu'on peut distinguer en « médiateurs sociaux « naturels » (normes, valeurs...), médiateurs humains (négociateurs, chefs...), dispositifs complexes (agencements matériels et géographiques, organisationnels et techniques...) »¹. La médiation est donc fortement liée à la question du dispositif étudié en SIC comme objet matériel médiateur qui désigne « l'ensemble des substrats matériels de la communication »².

Ainsi, le dispositif est le lieu où humains, objets matériels et liens s'organisent pour mettre en œuvre des interactions à la fois réelles et symboliques qui instituent des modalités et des logiques d'usage de l'information. Mais avec les évolutions liées notamment à l'information numérique, la médiation documentaire est re-questionnée dans ses relations aux nouveaux dispositifs, en effet « une part de plus en plus importante de l'information produite aujourd'hui dans presque tous les domaines de l'activité humaine est numérique et conçue pour être accessible sur ordinateur »³. Or, la notion « d'accessibilité à l'information facilitée par le numérique » véhiculée avec celle de « société de l'information » semble faire abstraction d'une nécessaire médiation documentaire. Pourtant « ce qui fait lien... et sens... c'est l'activité du sujet dans et sur le monde, un monde qu'il partage avec d'autres sujets »⁴. Que signifie alors aujourd'hui la médiation documentaire au regard des dispositifs numériques ? Peut-on avancer l'idée d'une nouvelle médiation documentaire que l'on pourrait considérer comme spécifique et liée aux dispositifs info-communicationnels numériques ?

Une première partie de notre article permettra de mettre en perspective le concept de médiation documentaire. Nous le confronterons avec celui d'information dans sa forme numérique dans un deuxième temps, plus particulièrement dans son lien avec les dispositifs info-communicationnels. Nous questionnerons enfin la potentialité d'une nouvelle médiation documentaire au regard des dispositifs numériques, notamment au travers d'exemples issus de nos recherches successives.

.../

La médiation documentaire et l'information numérique

Si la médiation documentaire peut être considérée comme une médiation des savoirs, elle met en jeu prioritairement de l'information dans des processus de construction de connaissances et ce, grâce à des dispositifs sociaux, techniques et humains. Autrement dit, réfléchir à la médiation documentaire c'est aussi réfléchir à la place de l'information dans son rapport à la connaissance individuelle et aux savoirs historiquement et socialement constitués.

Même s'il existe plusieurs manières de définir l'information au sein même des sciences de l'information et de la communication, pour notre part et nous situant dans la branche spécifique des SIC qu'est l'information-documentation, nous considérons que l'information n'est pas une donnée pré-construite ni une ressource transmise par un canal, elle est une connaissance construite et circulante dans des processus de communication, elle est utile, plus ou moins spécialisée et plus ou moins durable. Elle est inscrite sur un support, le document, ce qui lui permet d'être véhiculée en s'affranchissant du temps et de l'espace, elle est activée à réception, c'est-à-dire lorsqu'un usager la reçoit et se l'approprie en vue d'agir, de prendre une décision ou de l'assimiler à ses connaissances antérieures, il augmente ainsi son propre stock de connaissances. La connaissance est propre à l'individu, elle se construit à partir de l'information et se transmet par l'information. Le savoir est la somme des connaissances socialement reconnues, il constitue un tout objectivé. Gérard Losfeld souligne l'importance de l'individualisation de la connaissance, puisque « toute connaissance ne peut que prendre appui sur ce qui a été fait ou dit auparavant, qu'on l'intègre ou qu'on le rejette [...] toute connaissance, par le fait même qu'elle prend appui sur la prise en compte de « documents » antérieurs, leur lecture et leur exploitation, est individualisée »⁵. La connaissance revêt donc un caractère personnel et subjectif, alors que comme le définit Michel Foucault, le savoir est « cet ensemble d'éléments, formés de manière régulière par une pratique discursive et qui sont indispensables à la constitution d'une science »⁶.

Si nous situons la définition de la médiation documentaire en considérant effectivement que l'information se différencie de la connaissance et du savoir, comment peut-on définir l'information numérique ? Se différencie-t-elle radicalement des formes plus classiques de l'information et en quoi ?

Approches de l'information numérique

L'information est indissociable de son support document. Dans sa forme numérique, il est courant de dire que son support change. Pourtant, depuis Paul Otlet et Suzanne Briet avec la notion d'extensivité du document et surtout depuis Jean Meyriat, nous admettons que tout objet peut détenir une information à partir du moment où elle est utile à quelqu'un qui va l'activer dans un processus d'usage. Dans le cas d'une information numérique, il s'agit toujours « d'une connaissance communiquée ou communicable »⁷, elle est simplement inscrite de manière différente sur un support, par rapport à la manière traditionnelle la plus répandue comme par exemple le livre. La forme numérique n'implique pas une dématérialité puisqu'un certain nombre de signes continue à représenter l'information. Son support n'est lui aussi pas dématérialisé puisque nous avons des artefacts techniques (l'ordinateur, les mémoires, les réseaux) qu'il est possible d'identifier. C'est cependant cette matérialité, que certains auteurs qualifient de « cachée » en parlant d'une « dissimulation de sa matérialité »⁸, dans sa fonction support de l'information numérique qui paraît brouiller la perception que nous avons de cette information. Ne s'agit-il pas plutôt de repenser nos manières de mettre à disposition ce type ou plutôt cette forme d'information, d'y accéder, de l'évaluer ? En effet, si l'information est une connaissance mise en forme pour être transmise ou bien en voie d'appropriation, on peut avancer l'idée que l'information numérique prend juste une forme particulière dans sa configuration ou son appropriation et c'est donc à ce niveau-là que peut se porter le regard pour analyser les particularités qu'elle peut revêtir. Autrement dit, l'information dans sa forme numérique nous invite à réinterroger les processus de médiation documentaire en voie de reconfiguration. Celle-ci en tant que médiation des savoirs se décline notamment au travers du traitement de l'information que ce soit via des dispositifs médiateurs humains ou techniques.

.../

Accès et organisation de l'information numérique : un paradoxe ?

Si les voies d'accès et de mise à disposition de l'information en se modifiant (forme numérique) bousculent les pratiques, celles des usagers mais aussi celle des énonciateurs d'information et par voie de conséquence celle des médiateurs de l'information, qu'est-ce qui change concrètement ? D'une part, on peut dire que la mise à disposition de l'information emprunte désormais des voies plus directes qui ne bénéficient pas de contrôle *a priori*. Mais il s'agit d'une affirmation qui n'est pas généralisable à tous types d'informations. Si nous prenons l'exemple de l'information scientifique et technique (IST) que l'on peut définir comme une information spécialisée « composante de la culture savante, [qui] se caractérise à la fois par son accessibilité, sa reproductibilité mais aussi par la nécessité d'utilisation d'un intermédiaire (sous forme de dispositif technique) qui implique que cette information, pour être durable et utilisable, requiert souvent un transfert, une action dont va dépendre l'usage »⁹, celle-ci bénéficie, avant sa diffusion, d'une construction par des chercheurs, d'une validation codifiée par des pairs avant d'être diffusée. Si l'information scientifique et technique est numérique, nous pensons qu'elle bénéficie des mêmes traitements intermédiaires de construction et de validation qui permettent de la qualifier ainsi. Sa version numérique ne vient donc pas ici modifier sa mise à disposition. Cet aspect ne présume pas entièrement des traitements documentaires de l'information, dans le cas de l'information numérique il peut s'agir par exemple des métadonnées, mais les techniques de traitement peuvent varier en fonction des producteurs qui se différencient des professionnels de l'information traditionnellement médiateurs de cette information, et donc de leur niveau de maîtrise et de l'utilisation plus ou moins avancée des langages. Les accès peuvent donc être modifiés avec la forme numérique, mais la mise à disposition directe implique souvent que les traitements traditionnels facilitant l'appréhension de l'information ne sont pas toujours effectués car « même si l'article scientifique a été validé, car accepté par un éditeur [...], sa forme au sein d'une archive ouverte offre une validation qui reste virtuelle puisque seules les métadonnées en constituent la trace matérielle »¹⁰. En effet, une information scientifique numérique peut être accessible sans traitement spécifique ou de manière parcellaire, par exemple sur les sites des éditeurs. Quels sont donc les traitements de l'information numérique qui existent et sont-ils spécifiques ? En quoi modifient-ils ou non les usages ?

La médiation documentaire de l'information numérique : des traitements particuliers ?

Le traitement documentaire classique de l'information « consiste à identifier le contenu informationnel du document primaire afin de faciliter son repérage et d'optimiser son exploitation »¹¹. Dans le cas de l'information numérique, un certain nombre de traitements, comme la création des métadonnées ou l'indexation avec ou sans langage contrôlé, incombent directement au producteur d'information alors que pour l'information non numérique ces traitements sont généralement effectués par des professionnels de l'information et s'appuient sur des langages documentaires. C'est ainsi qu'un certain nombre d'outils « profanes » sont construits en parallèle des outils traditionnels d'analyse documentaire (*folksonomies* vs *thesaurus*...). En effet, « l'utilisation croissante de l'Internet dans les pratiques documentaires a généré de nouveaux outils destinés à structurer et indexer les ressources informationnelles. Ces outils, dont certains s'inscrivent désormais dans le cadre d'une collaboration entre les différents acteurs du Web 2, ont pour objectifs multiples de structurer, classer, présenter et/ou représenter les ressources numériques et leur contenu informationnel. Ils bénéficient des progrès techniques du domaine informatique et partagent certaines caractéristiques avec les langages documentaires traditionnels »¹². Si nous poursuivons sur l'exemple de l'IST, nous avons relevé dans des recherches précédentes¹³ que ce traitement documentaire incombe aux chercheurs eux-mêmes et que cela ne va pas sans poser problème puisque « ces nouveaux usages présentent, pour certains, l'avantage de concrétiser une idée de partage des connaissances voire d'intelligence collective ; mais ils viennent surtout révéler leur extrême limite dans leur principe même d'indexation sauvage »¹⁴. Or c'est bien le traitement de l'information qui facilite les accès en assurant une mise en mémoire codifiée. Autrement dit, le traitement de l'information constitue une forme de médiation de l'information au sens

.../

de « code commun entre le professionnel et l'utilisateur d'un système d'information ; ce code sert, d'une part, à représenter le contenu informationnel des documents et permet, d'autre part, à y accéder »¹⁵.

En ce sens, la médiation documentaire est bien une médiation des savoirs puisque, par exemple, dans le cas de l'IST il s'agit de permettre l'accès à des savoirs constitués (les sciences) au travers d'informations (connaissances des chercheurs). On peut alors s'interroger sur la particularité des dispositifs qui permettent la mise en œuvre de ces médiations documentaires.



professionnels de l'Infodoc : le web est notre métier



15 quand histoire et infocom mènent au community management

17 Expernova : veille en ligne presque automatique

18 référenceuse avec un zeste d'esprit doc

DR

Internet et information ne coïncident pas exactement, c'est pourtant autour du web que les professionnels de l'information semblent converger. Internet a profondément changé leur quotidien. Pour autant, est-ce que bibliothécaires, documentalistes et archivistes peuvent affirmer en chœur que le web est leur métier ? A l'inverse, internet est parfois désigné comme un péril pour leur fonction. Quelles nouvelles prérogatives a-t-il fait apparaître ? Quelles compétences son usage requiert-il ? Et, si pour certains professionnels, le web est au centre de leur activité, ne constitue-t-il pas bien plus que leur métier ?



l'insécurité juridique générée par la loi Hadopi aura donc pour conséquence d'entraîner la lutte contre

la fracture numérique et l'égal accès de tous à l'information. L'IABD refuse cette logique de suspicion généralisée et dénonce le risque de dérapage de la régulation d'internet ». Ainsi prenait position le 1er février dernier l'Interassociation archives bibliothèques documentation (1), qui réunit quinze associations profes-

sionnelles, soulignant l'implication et la compétence au sein des problématiques du web dont témoignent les gestionnaires de l'information.

internet est une évidence

« *Internet est une évidence ! On ne peut plus penser ni notre travail, ni notre quotidien sans lui* ». Chargée des services de veille aux professionnels à l'École nationale supérieure des sciences de l'information et des bibliothèques (Enssib),

Christelle Di Pietro est catégorique, à tel point qu'elle ne précise même plus « *en ligne* » - « *cela va de soi* » - lorsqu'elle évoque la gestion des services, une de ses prérogatives.

Joachim Schöpfel, directeur de l'UFR Idist (Formation et recherche en sciences de l'information et du document) à l'Université Lille 3, détaille cette dimension essentielle que présente le web pour les gestionnaires de l'information, et déclina : « *SIGB, systèmes de veille, portail*



■■■■
documentaire, Opac, etc. Tout cela est web depuis des années ! La production de l'information se fait soit sur le web, soit via le web ! » Encore faut-il, ainsi que le soulignent nombre de professionnels, pouvoir y accéder sans entraves. « Combien sont victimes des "proxynators" imposés par les DSI ? », souligne avec humour Alexandre Garcia, archiviste suisse, animateur du blog Sous-lapoussière et coordinateur des Archivailleurs (2 et 3).

le cœur de métier n'en est pas transformé

S'il est présent – et chaque jour davantage – dans beaucoup d'actes professionnels, des plus techniques et quotidiens



« aller au bout de la logique, évoluer vers les renseignements en ligne, le travail en réseau, etc., cela pose des questions concernant la formation des professionnels. »

Joachim Schöpfel

au plus réflexifs et stratégiques, le web ne modifie pas, sauf rares exceptions, le cœur de métier du gestionnaire de l'information. Comme le souligne Alexandre Garcia, « dans une optique stricte, on pourrait dire que seuls les techniciens - développeurs, webmasters, graphistes - ont fait du web leur métier ». Propos à nuancer toutefois au regard de l'essor

de certaines professions de l'infodoc tels community manager ou référencier [voir encadrés].

De la même manière qu'une démarche de médiation numérique en bibliothèque est indissociable d'une démarche de médiation menée entre les murs de l'établissement, les potentialités offertes par internet sont complémentaires – et non remplacent – les fonctions traditionnelles et le cœur de métier. Par exemple, la mise en place d'un système de réservation en ligne des documents au sein du réseau des bibliothèques de la Ville de Paris a entraîné une augmentation des réservations de l'ordre de 20 %.

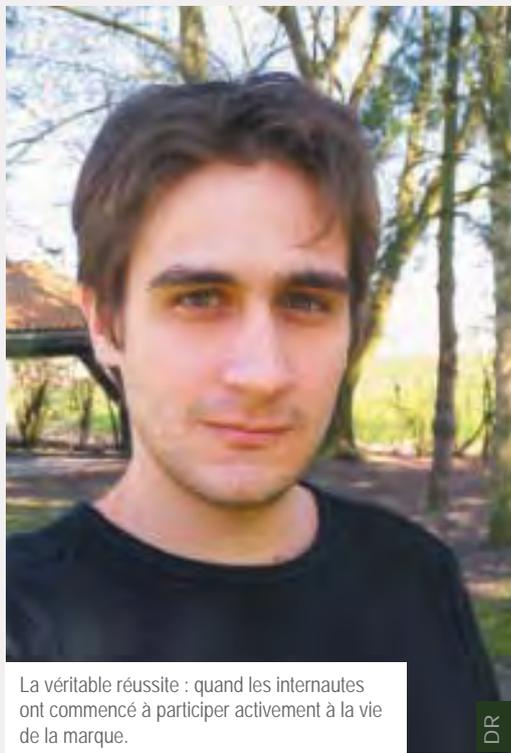
Les journées des archives de l'Université catholique de Louvain (Belgique), les 23 et 24 mars derniers et consacrées aux métiers de l'archiviste et aux chantiers du numérique en arrivent aux

Sabine Mas, professeure à l'École de bibliothéconomie et des sciences de l'information (Ebsi) de Montréal, faisant état des recherches menées sur l'utilisation de la classification à facettes pour l'indexation des documents dans le cadre du record management, conforte cette position. Elle offre une possibilité « d'étiquetage » plus facile à s'approprier que les plans de classement, car proche de la folksonomie fréquemment croisée sur la Toile, mais il reste indispensable de l'accompagner d'un classement hiérarchique. Pour Jean-Marie Yante, professeur à l'UCL, « les bases du métier sont les mêmes, mais doivent s'adapter au nouvel environnement technologique ». Et d'appeler de ses vœux l'élaboration d'une répartition des tâches et des compétences entre archivistes et informaticiens. Concernant plus précisément la mise en ligne des fonds – plus de 65 % des archives départementales françaises sont en ligne –, Alexandre Garcia met l'accent sur les nouvelles possibilités d'interaction offertes, avec notamment l'indexation collaborative, mais relève également ses dangers : « Créer de nouvelles attentes du public, qui devient prescripteur, avec un risque que la numérisation mobilise des ressources au détriment d'autres tâches des archives, aussi essentielles, mais moins visibles. Autre revers de la médaille, elle peut donner une image déformée des fonds conservés - ce qui n'est pas en ligne devenant invisible ». Synonyme d'évolution – mais pas de remise en cause – des tâches et savoir-faire du professionnel de l'information, internet amène donc de nouvelles réflexions et soulève de nouveaux enjeux.

plus de flux et de services et moins de contenu

Nouvelles réflexions et nouveaux enjeux qui s'intensifient pour certains professionnels qui y voient une tendance de fond. « Les bibliothèques sont confrontées à la même problématique que n'importe quelle entreprise, à savoir le stock et la gestion des flux, explique Christelle Di Pietro. Aujourd'hui, elles s'orientent

repères



La véritable réussite : quand les internautes ont commencé à participer activement à la vie de la marque.

DR

quand histoire et infocom mènent au community management

Le community management apparaît aujourd'hui pour certaines entreprises comme le meilleur moyen de communiquer et de se faire connaître sur internet sans avoir à dépenser une coûteuse campagne de publicité.

J'ai actuellement deux expériences assez différentes de community management : la première à Ankama Éditions (Roubaix), éditeur de BD, mangas et de livres d'arts. La seconde chez Speechi (Lille), une société qui distribue des logiciels pour enseignants, et qui propose surtout des tableaux blancs interactifs nomades (TBI).

Ces deux expériences m'ont fait comprendre que j'étais loin d'avoir fait le tour de cette profession, mais surtout qu'il était difficile de déterminer un rôle précis, tant elle évolue en fonction de la société, et des services ou produits qu'elle vend.

Diplômé d'un master recherche d'histoire médiévale qui semblait me mener vers le monde de l'éducation, je me suis ensuite orienté vers un master professionnel en information communication documentation (ICD) à l'université de Lille 3 qui m'a amené à m'intéresser de près aux métiers du web. Les deux formations pourraient sembler incompatibles, il s'est révélé qu'elles étaient bien au contraire complémentaires.

Alors que ma formation d'historien enseignant m'apprenait à avoir un esprit de synthèse, de recherche et bien sûr pédagogique, ma formation en ICD me faisait découvrir les problématiques liées à l'écriture web, au référencement, au web analytics, à la gestion de projets. J'étais particulièrement attentif aux nouveaux outils du web qui sont en train de modifier les habitudes des internautes.

à chaque communauté son management

C'est mon stage de fin d'études qui m'a véritablement éveillé aux enjeux du community management. Les professionnels de l'information parlaient de plus en plus de ce nouveau métier, au rôle encore mal défini. Ankama Éditions m'a donné la possibilité de m'essayer à cet exercice. Il y avait un public déjà acquis à Ankama grâce au jeu vidéo Dofus. Mais il fallait capter une partie de l'attention sur les publications. Avec des outils comme Facebook et Twitter, il fallait créer un flux d'information en continu. La véritable réussite ne fut pas d'avoir une multitude de fans, mais le moment où les internautes ont commencé à participer activement à la vie de la marque, en rediffusant certaines news, par exemple.

La problématique est différente chez Speechi. Il n'existait pas encore de communauté. On ne cherche pas à avoir absolument des milliers de followers. Et toute personne potentiellement intéressée par les TBI n'est pas forcément une habituée du web. On recherche à avoir une communauté cohérente de professeurs et de professionnels. On communique bien sûr pour attirer et renseigner de nouveaux usagers, mais le but est surtout de générer un échange constant entre chaque membre. Il est donc essentiel de gagner de la visibilité pour attirer l'attention d'utilisateurs, et faire en sorte qu'ils connaissent l'actualité de la marque et des offres potentiellement intéressantes.

J'utilise les incontournables Facebook et Twitter, et le blogging pour diffuser des informations, mais aussi pour mettre en valeur les plateformes d'échanges (Interagir.fr ou Icole.fr, notamment). D'autre part, je réalise les newsletters, organise des baladodiffusions, mets à disposition des tutoriels et réponds aux questions via les réseaux sociaux ou par mail.

On pourrait quasiment comparer un community manager à un tableau blanc interactif mobile : il doit être efficace, fiable, s'adapter à toutes les situations, permettre la collaboration entre les différents membres ou utilisateurs et répondre aux besoins. Comme le professeur qui l'utilise, il faut être pédagogue, patient, et savoir guider juste ce qu'il faut pour qu'un vrai raisonnement individuel et de groupe puisse émerger. ■

Guillaume Guenez

clairement vers davantage de flux et de services, on est en train de déconnecter les bibliothèques du contenu, y compris en ligne ». Des éléments concrets tels la baisse constante des budgets d'acquisition, tout comme la fin d'une importante

phase de construction de médiathèques enclenchée dans le cadre des bibliothèques municipales à vocation régionale (BMVR) corroborent ce cheminement vers de moins en moins de contenu et de plus en plus de services.

Plus qu'une évolution, certains y voient une profonde mutation qui n'en est qu'à ses prémices. Joachim Schöpfel estime ainsi que « *les ressources en ligne ne vont pas au bout de la logique, il s'agit* »

■■■■

■■■■ également d'évoluer vers les renseignements en ligne, le travail en réseau, etc. et cela pose des questions concernant la formation des professionnels ». Mais attention ! Cela ne signifie pas leur disparition progressive. Au contraire, « le besoin en termes de paramétrage et de structuration de l'information n'a jamais été aussi important », explique Élie Auvray, dirigeant de l'éditeur de solution documentaire Jahia. Ce n'est



« Le besoin en termes de paramétrage et de structuration de l'information n'a jamais été aussi important »

Élie Auvray

donc pas le web qui va remplacer les professionnels, mais les professionnels qui doivent se replacer sur le web. La question de la formation des professionnels et des nouvelles compétences qu'ils se doivent de présenter est donc posée. La perception des documentalistes qu'a Émilie Ogez, consultante en médias sociaux et gestion de l'identité numérique et responsable marketing d'X-Wiki, éditeur de solutions collaboratives, « est celle de professionnels paradoxalement en retard dans les

pratiques du web, avec une minorité active de personnes innovantes et motrices ». Christelle Di Pietro souscrit elle aussi à ce paradoxe d'une communauté dont l'information est le matériau de travail, et qui a pourtant beaucoup de mal à se positionner vis-à-vis d'elle, d'où une construction balbutiante de ce rapport, à base d'initiatives plus ou moins personnelles. Toujours est-il que les requalifications – terminologiques, mais aussi fonctionnelles – de nombreux « centres de doc » en « services de veille » indiquent qu'au niveau organisationnel au moins, on est partie prenante de cette part croissante de web.

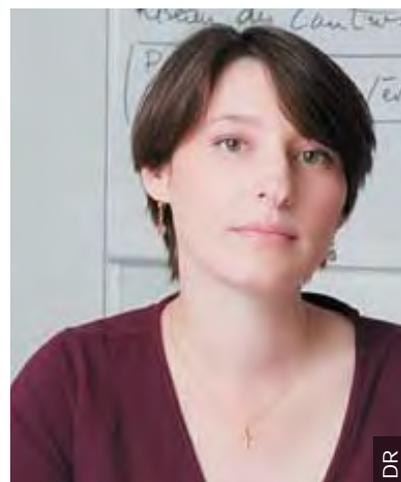
plus que notre métier, notre identité ?

Les compétences requises pour travailler sur le web n'ont rien de très formelles, « la notion d'autodidacte est extrêmement importante, explique Émilie Ogez, beaucoup de compétences du web reposent sur de bonnes pratiques et des qualités humaines ». Parmi lesquelles, prise de recul, croisement des informations, qualification des sources, « un peu à la manière du journaliste », sont indispensables. Cette non-formalisation des compétences à avoir sur le web a un corollaire : internet dépasse le statut d'outil de travail pour devenir une atmosphère dans laquelle le gestionnaire de l'information baigne en permanence. Pour Joachim Schöpfel, « on passe allégrement d'un usage professionnel à un usage personnel, et ce, tant au travail qu'à la maison. Le web fait en quelque sorte tomber les frontières public-privé ». Plus que notre métier, le web serait-il notre identité ?

les métiers n'ont pas attendu le web pour converger

Consistant à sortir d'une logique de vitrine pour adopter une logique relationnelle, la médiation numérique permise par le web cristallise la confluence entre métiers des bibliothèques, de la documentation et des archives. Le web facteur majeur de convergence est un point de vue renforcé par le discours des éditeurs de logiciels, tel ce-

lui d'Élie Auvray : « La convergence est précisément l'idée qui se niche derrière la dernière version 6.5 de Jahia, issue de remontées du terrain et liée notamment à l'évolution du concept de contenu.



« Beaucoup de compétences du web reposent sur de bonnes pratiques et des qualités humaines »

Émilie Ogez

Les besoins dépassent les cloisonnements technologiques de portail documentaire, CMS, base de connaissances, portail de Ged... »

Et pourtant, les différentes professions n'ont pas attendu internet pour converger : « Les outils de gestion de bases de données qui préexistaient au web mettaient déjà en oeuvre cette convergence, insiste Joachim Schöpfel. C'est d'abord le numérique qui a enclenché ce mouvement, unifiant un type de réflexion qui auparavant divergeait en fonction de son objet ».

bouleversement cognitif

Davantage que notre façon de travailler, internet modifie notre façon de penser. Par exemple, « l'écrit ne se conçoit plus

repères



Comprendre les besoins et le comportement de recherche des internautes est la base de notre métier.

référéncieuse avec un zeste d'esprit doc

Arrivée en novembre 2010 chez Rouge Interactif, pôle marketing du groupe Pictime, j'ai intégré l'équipe génération de trafic en tant que search marketing manager. Mon métier consiste à accompagner mes clients dans le développement de leur activité sur internet, en les conseillant sur les actions à mener pour attirer davantage de trafic sur leur site web. Cela passe par des actions techniques sur leur site, mais également par du conseil rédactionnel et par le développement de la notoriété. D'autres leviers peuvent également être activés comme le positionnement payant, la publicité, le reciblage, la diffusion de

vidéos sur Youtube. Cette vision d'ensemble des outils marketing, complétée par les expertises des autres pôles de l'agence (webdesign, marketing relationnel, ergonomie, emailing) nous permet d'emmener des clients dans une stratégie globale et cohérente de visibilité web.

Outre de rôle de conseil, j'ai une mission de gestion de projet puisque je conduis toutes les étapes nécessaires à la mise en œuvre de mes recommandations. En contact permanent avec les équipes techniques assurant le développement et la maintenance des sites, j'ai une vision très concrète de chaque projet. Cette approche à la fois stratégique et opérationnelle me semble essentielle dans le secteur du web, pour comprendre les contraintes techniques tout en adoptant une vision à long terme du marché et des besoins des internautes.

Une partie importante de mon travail consiste aussi à analyser les performances des sites de mes clients, en termes de trafic, de positionnement et de conversion. Il est indispensable de bien connaître et comprendre les résultats d'un site si l'on veut trouver des solutions pour les améliorer. Le web analytics est aujourd'hui un métier en plein essor, très demandé des acteurs du e-commerce.

un métier d'autodidacte

Le référencement est un métier d'autodidacte et les profils de mon équipe en témoignent : issus d'écoles de commerce, de communication, des sciences humaines et même de la chimie, nous avons tous des parcours très divers. Je suis moi-même titulaire d'une licence de lettres modernes et histoire de l'art, domaine qui peut sembler bien éloigné du e-commerce. Le master Idemm de Lille 3 m'a permis de faire la passerelle entre cette formation littéraire et mon goût pour le monde du web et l'innovation. Au cours de ce master, j'ai pu rencontrer des professionnels du secteur, gérer des projets concrets, notamment la refonte d'un site web, acquérir un peu d'expérience grâce à des stages, et ainsi me rendre compte que le secteur du webmarketing répondait à nombre de mes attentes.

La mission du référencieur peut être considérée comme une variante digitale du métier de documentaliste, l'objectif commercial en plus : fournir aux internautes l'information la plus pertinente, pour leur donner envie d'acheter. Comprendre les besoins et le comportement de recherche des internautes est donc la base de notre métier. En ce moment, par exemple, nous réfléchissons aux usages mobiles afin de développer la présence de nos clients dans ce nouveau contexte de navigation web. ■

Claire Ruffin



« On n'écrit plus à plat, mais en plusieurs dimensions »

Christelle di Pietro

■■■■■
de la même façon, détaille Christelle Di Pietro ; on n'écrit plus à plat, mais en plusieurs dimensions ». Virginie Clayssen, présidente de la commission numérique du Syndicat national de l'édition évoque le passage avec le web d'une interactivité homme-machine à une interactivité homme-homme. Véritable bouleversement cognitif, le web semble donc – à l'image de la main pour l'homme préhistorique, selon la thèse de certains paléanthropologues – être l'outil qui donne accès à un nouveau rapport à la connaissance et au monde. Pour les plus connectés d'entre eux, cette révolution cognitive contamine même les petits gestes quotidiens du gestionnaire de l'information : « À plusieurs reprises dans ma journée "physique" me vient le réflexe Ctrl-Z pour annuler la frappe ! », s'esclaffe ainsi Émilie Ogez. ■

Guillaume Nuttin

(1) → www.iabd.fr/2011/02/01/!%E2%80%99iabd-contre-le-filtrage-pour-la-liberte-d%E2%80%99expression

(2) → www.souslapoussiere.org

(3) → www.souslapoussiere.org/archiveilleurs

bye bye l'infodocumentaliste, bienvenu l'infomanageur !

A quoi ressemblera un professionnel de l'information dans trois, cinq, voire dix ans ? Quelles seront ses fonctions, ses compétences ? C'est à ces questions que SerdaLab, le laboratoire de veille et de prospective du groupe Serda, a tenté de répondre dans son étude "Les nouveaux horizons de l'infodoc" qui vient de paraître.

Le professionnel de l'information du futur sera protéiforme et donc, multicompétent. Il gèrera de l'information interne et externe, numérique et papier, des documents, des contenus, des processus, des formats – texte, audio, vidéo, photo... Ses activités seront très variées : de la valorisation des contenus sur le web à l'écriture de processus documentaires, dans le cadre d'un projet qualité, en passant par le records management. Les tâches dévolues aux professionnels vont véritablement se multiplier, et tout ceci dans un environnement numérique. Les documentalistes, archivistes, bibliothécaires ont désormais accepté et digéré le numérique et son impact sur leurs fonctions, le numérique ayant fait voler en éclats les frontières entre les métiers, nous préférons parler de fonctions. Les archivistes gèrent les documents courants électroniques et font du records management. Ils valorisent des fonds anciens numérisés dans des

bibliothèques numériques, en partenariat avec des bibliothécaires. Ces derniers sont entrés dans l'ère du web 2.0 en permettant à leurs utilisateurs d'apporter leurs commentaires ou leurs notes aux catalogues mis en ligne. Le web 2.0 aide les documentalistes à renouveler leurs pratiques de veille et de diffusion. « C'est une seconde naissance pour certains professionnels », s'enthousiasme Didier Frochot, consultant formateur.

vers une fonction plus globale

Les documentalistes ont compris que leur métier ne consistait plus essentiellement à réaliser des recherches d'informations, mais à faire de la veille en continu pour leurs usagers, à mener des recherches plus complexes et plus pointues, et à créer les outils technologiques de mise à disposition de l'information pour leurs clients. Si certains professionnels ont l'impression d'avoir perdu l'âme de leur métier, d'avoir sacrifié le relationnel sur l'autel de la technologie, il semble, pour d'autres, que la fonction plus globale de « manager de l'information », qui correspond aux besoins actuels des organisations, soit devenue passionnante. En effet, il s'agit de mieux cerner les besoins des utilisateurs, dont les profils sont multiples, en analysant leurs usages et leurs pratiques au quotidien. Ce processus peut parfois prendre plusieurs années. « *Le numérique apporte une nouvelle façon d'appréhender l'utilisateur et ses habitudes, il oblige à placer l'utilisateur au centre de la réflexion* », souligne Emmanuelle Bermes, chef du service prospectives et services documentaires au sein du département de l'information bibliographique et numérique à la BNF.

un rôle de facilitateur d'activité

Par ailleurs, la diffusion au format numérique fait partie des attentes des clients et les comble, comme en témoigne un documentaliste interrogé par SerdaLab : « *Avec la montée du numérique, nos clients sont de plus en plus satisfaits de nos services* », affirme-t-il. Google reste toutefois le roi de la recherche d'informations, avec 90 % de part de marché en France. Notre enquête montre que malgré l'existence d'un centre de documentation, 70 % des utilisateurs font rarement, voire jamais, appel à un professionnel pour leurs recherches d'infos. On constate cependant que l'existence d'une cellule d'information a une influence positive sur la méthodologie de recherche, car les usagers sont guidés dans leurs requêtes. La formation et l'accompagnement de l'utilisateur : voilà un autre moyen d'être proche de ses clients. Le besoin est grand, même si les utilisateurs n'en ont souvent pas conscience. Les services fournis par les documentalistes et les bibliothécaires doivent ressembler à Google et aux nouveaux sites web 2.0 : simples, ergonomiques, accessibles en temps réel et de plus en plus personnalisés. La valeur ajoutée des professionnels consiste, à présent, à s'intégrer dans les processus amont de tous les projets d'intranet, de portails, de dématérialisation, de certification... Ils ont un rôle de facilitateur d'activité. Un professionnel témoigne : « *Je maintiens la fluidité des processus de gestion, je révise les processus qualité, j'analyse et restructure l'information, je mène des projets de conduite du changement.* » La mise à disposition d'informations déjà digérées, contextualisées, syn-



thétisées et, pourquoi pas, cartographiées est également importante dans un contexte de recherche d'efficience.

15 % de professionnels en moins

Tout va pour le mieux dans le meilleur des mondes possibles ? Malheureusement non. La crise économique dans le secteur privé et la révision générale des politiques publiques (RGPP) dans le secteur public viennent s'ajouter à des facteurs de crise endogènes à la profession depuis plusieurs années. Les deux crises cumulées vont sonner le glas de nombreux professionnels – environ 15 % selon les estimations SerdaLab –, notamment dans les secteurs financier, industriel et de l'édition et des médias. Le profil sociologique des professionnels réalisé par SerdaLab montre que tout le monde n'est pas logé à la même enseigne. Les plus jeunes – moins de 30 ans, soit 21 % des professionnels – tirent plutôt bien leur épingle du jeu : ils ont généralement choisi ce métier par vocation, sont très diplômés et ouverts aux changements. Ce qui n'est pas le cas des 50 ans et plus

(19 % des professionnels). Ces derniers n'ont souvent pas de formation en infodoc, ils sont arrivés dans la profession après une reconversion ou une mobilité interne, et ont plus de difficultés à s'adapter aux profondes mutations de la profession.

repositionnement stratégique ou renaissance

En plus d'un scénario pessimiste de disparition du documentaliste généraliste, qui n'aura pas su évoluer, SerdaLab a imaginé deux autres scénarios, à envisager successivement. Le scénario tendanciel d'abord. Il consiste en un repositionnement fonctionnel en amont des processus et des projets sur les besoins globaux de l'organisation : gestion de l'information interne – records management, document control –, gestion de projet qualité – normalisation des processus documentaires –, rédaction, rééditorialisation et valorisation de contenus pour l'intranet, gestion des connaissances, animation de communautés de pratique... Le lieu physique disparaît et fait place à une cellule qui offre des services en ligne.

« Il s'agit de construire une équipe forte avec des compétences multiples en gestion interne, en négociation de contrats et de droits d'auteur ou encore en outils de traitement de l'information », explique Caroline Wiegandt, responsable de la politique documentaire du groupe L'Oréal. Les axes d'orientation stratégique possibles sont nombreux.

Troisième scénario, enfin, celui de la *renaissance*, avec un complet repositionnement stratégique et hiérarchique. Il s'agit de créer un département de l'information rattaché à la direction générale. Sa mission : gérer, traiter, acheter, valoriser, veiller, animer, archiver ou encore diffuser l'ensemble des informations et connaissances de l'organisation. Pour atteindre cette étape, il faudra d'abord passer par une réelle reconnaissance de la profession et par l'endossement d'une dimension managériale forte du côté des professionnels. Les enjeux de la gestion de l'information sont devenus très importants. Selon un dirigeant interrogé par SerdaLab, « ces métiers devront s'inscrire dans une triple finalité : économique – coûts optimisés, efficacité d'utilisation... –, sociale – accès à la connaissance et progression des salariés favorisés – et, enfin, sociétale en réduisant l'empreinte écologique que représente la gestion de l'information dans l'entreprise. »

Virginie Boillet

Responsable des études SerdaLab

étude

« Les nouveaux horizons de l'infodoc », étude prospective sur l'évolution des différentes fonctions de l'information-documentation-archives, réalisée par SerdaLab en collaboration avec Archimag. 400 pages.

Méthodologie :

- 4 enquêtes réalisées auprès des professionnels de l'infodoc, des étudiants, des utilisateurs et des dirigeants.
- 800 personnes interrogées
- 10 experts interviewés et de nombreux témoignages de professionnels recueillis.

Sommaire et présentation détaillée sur :

— www.archimag.com

témoignages

À la rencontre des professionnels de l'information

Un comble pour une revue nommée « Documentaliste » que de partir à la découverte des professionnels de l'information ! C'est qu'aujourd'hui l'appellation recouvre des réalités, des compétences et des métiers parfois bien différents. Qu'ils débutent ou qu'ils confirment, les professionnels sollicités ici présentent des points de vue complémentaires esquissant la réalité d'un terrain info-documentaire encore bien difficile à appréhender dans sa globalité.

Colette Cadiou est responsable du centre d'information scientifique et technique (IST) du Cemagref (Institut de recherche en sciences et technologies pour l'environnement) à Clermont-Ferrand et chargée de mission en ressources et technologies IST au niveau national. Elle a toujours privilégié le travail collaboratif, au sein de divers réseaux internes ou externes (notamment au sein du bureau ADBS Auvergne dont elle est membre actif depuis plusieurs années).



Lucile Debéthune finit actuellement sa formation en apprentissage à l'École de bibliothécaires documentalistes qui lui a permis de se diversifier dans la documentation d'entreprise et la gestion de contenus. Ses sujets de prédilection ont trait à l'économie numérique, ce qui l'a amenée à faire partie d'un groupe de travail ADBS-ABF sur la mise en place d'un réseau social à destination des professionnels de l'info-doc, mais elle est très curieuse sur d'autres sujets (ingénierie, économie, etc.).

Documentaliste : un métier passion, pas évident à vivre !

Anne-Marie Libmann - Colette, après 25 ans de métier, vous présentez-vous encore comme "documentaliste" et vous, Lucile qui débutez, ce terme ne vous paraît-il pas "has been" ?

Colette Cadiou – Le nom ne me gêne pas, je le trouve d'actualité au contraire. Avec l'essor du document électronique et du collaboratif, le terme « documentaliste » revient. Lors de la réalisation, par la délégation Auvergne, d'une plaquette destinée aux employeurs, nous nous sommes posé la question de savoir si l'on employait le terme « documentaliste » ou pas. Finalement, à l'issue d'un gros débat, nous avons opté pour « Documentaliste : une valeur ajoutée pour votre entreprise ». Mais c'est vrai que le terme a toujours provoqué des réactions. Dans notre organisme, par exemple, on parle plus de « centre d'information scientifique et technique » que de « centre de documentation ». L'image de la documentation reste encore obsolète aux yeux de certains dirigeants.

Lucile Debéthune – Le document reste quelque chose d'universel. Je suis souvent en contact avec le monde des bibliothèques : le terme « bibliothécaire »

est très lié au livre, est encore plus suranné et dévalorisé dans l'opinion des gens, bien que les métiers se rapprochent. Nous faisons de la veille, de la recherche, nous essayons de voir avec les gens comment faire du *knowledge management*, etc. Justement, dans un contexte de redocumentarisation où tout devient document, je pense que le terme de documentaliste convient bien. J'ai eu un partiel de management il y a quelques semaines et, pour l'épreuve, j'étais responsable d'un centre de doc (rires) que je devais renommer. Finalement, j'ai gardé le terme qui était connu en expliquant qu'il fallait changer l'image qui était derrière plutôt que simplement le nom. Il vaut mieux montrer une image dynamique, propulser de nouveaux services...

CC – Communiquer, valoriser notre activité, on ne le fait pas encore assez. Dans notre organisme, les documentalistes ont une bonne reconnaissance parce qu'ils sont impliqués dans les processus de gestion documentaire collaborative. On a de plus en plus besoin de référentiels (thématiques, géographiques, etc.) et, dans deux projets récents, il a été décidé d'utiliser le thésaurus existant et de nous solliciter pour le faire évoluer. C'est plutôt positif.

C'est à nous de nous investir dans les projets, plutôt que de rester dans la gestion classique de nos fonds documentaires. Le

suivi des technologies est très important : on parle beaucoup de médiation numérique aujourd'hui. Nous sommes passés de la gestion d'une documentation classique à de la gestion de projets, de contenus, de l'apport méthodologique, de l'appui à la maîtrise d'œuvre. Il faut évidemment que la direction en soit consciente, ce qui n'est peut-être pas le cas partout et que, de notre côté, nous mettions en avant nos compétences et savoir-faire. Ce n'est pas toujours évident !

AML - Comment vivez-vous l'autonomie croissante des utilisateurs ?

CC – Les questions ou besoins deviennent plus complexes : nous pouvons leur apporter une expertise, un savoir-faire professionnel. Par exemple, dans une équipe de chercheurs, nous avons organisé un appui personnalisé. Puis collectivement, nous avons fait une restitution de leurs besoins et de ce que l'on pouvait, de notre côté, leur apporter. Le résultat a été la réalisation d'un bulletin de veille collectif par un binôme documentaliste-chercheur. Cette veille réalisée pour dix personnes a été élargie aux informations utiles à l'équipe (projets de recherche européens, suivi des partenaires). On a apporté une véritable valeur ajoutée, les chercheurs ont exprimé leur satisfaction.

Le métier du chercheur a également changé. Ils doivent répondre à des appels d'offres de projets de recherche. Les documentalistes ont ici un rôle à jouer pour trouver un outil de partage des bibliographies, faire de la veille pour un groupe, etc. mais, et c'est très important, il faut avoir la démarche d'aller vers l'utilisateur, organiser des rencontres et assurer le suivi...

LD – L'objectif est d'être à la fois transparent et d'exister partout dans l'entreprise, intervenir en tant que support... Mais c'est très difficile. C'est un problème de métier, de poste, de positionnement. La démocratisation d'Internet a changé nos métiers et a diminué l'importance que les entreprises accordaient auparavant aux professionnels de l'information.

AML - Les outils de recherche tels que Google Scholar Scopus, Web of Science, etc sont-ils des "concurrents" pour les documentalistes et veilleurs dans le domaine scientifique ?

LD – En fait, peu de gens maîtrisent la recherche avancée ou experte. Donc, même avec un outil comme Google qui a pris une importance considérable, on a un rôle à jouer. Google évidemment peut faire peur parce qu'il donne l'impression que la recherche d'information est facile. C'est à nous d'expliquer ses limites. De toute façon, il fait maintenant partie du paysage informationnel et il faut faire « avec » !

CC – Dans le monde de la recherche, Google et Google Scholar sont entrés dans les mœurs, surtout pour des recherches ponctuelles. Nous apportons des méthodes, mais également un soutien pour les recherches pointues ou la mise en place de veilles élaborées.

LD – Encore un aspect du métier documentaire, tester les outils en amont permet de voir s'ils sont intéressants et en dégager une valeur ajoutée pour le futur utilisateur.

AML - recommanderiez-vous ce métier à vos propres enfants ?

seillerais pas. Ce n'est pas un métier si facile : Il faut toujours prouver notre utilité et rappeler nos compétences. Cela reste un métier captivant qui demande à la fois de la technicité et le goût du contact pour coller aux besoins des utilisateurs.

LD – Pour moi, c'est un métier passion. On se sent au centre de quelque chose. C'est un métier qui a plein d'avenir et en perpétuelle évolution. Peut-être effectivement pas évident à vivre... *

Propos recueillis par
Anne-Marie Libmann et Olivier Roumieux.

LES PROFESSIONNELS ATTENDENT DAVANTAGE DES MEDIAS ELECTRONIQUES

Où les professionnels de l'information en sont-ils en matière de médias électroniques ? Une nouvelle enquête par Swets, Archimag et le Groupe romand de documentation répond et passe au crible pratiques, attentes et perspectives d'évolution.



Par Michel Remize
01/06/2010

C'est dans le cadre d'un partenariat entre Swets, agence d'abonnement, le magazine Archimag, l'association suisse Groupe romand de documentation, et avec la collaboration d'Annaïg Mahé, maître de conférences, qu'a été réalisée une nouvelle enquête sur les médias électroniques. Son objet : étudier l'évolution des pratiques et des attentes des professionnels de l'information. La précédente enquête datait de 2006 [Guide pratique Archimag : les publications électroniques, 2008]. Si l'édition 2010 confirme certaines évolutions, de nouvelles tendances émergent. Explication à travers six points clés.

1. la percée des e-books

Pour un tiers des professionnels, les ebooks sont présents dans le portefeuille d'abonnements. C'est une percée remarquable. D'autant que ce sont jusqu'à 1000 titres qui sont proposés dans les plus grands établissements, la moyenne s'établissant à 161. De plus, 69,3 % se déclarent intéressés par une offre de livres électroniques ; la tendance est appelée à s'amplifier. À l'opposé, l'offre de cédéroms est en baisse par rapport à 2006, ce que traduit aussi une baisse du budget qui leur est consacré. À noter la présence de supports audio et vidéo dans 21,5 % des cas. En ce qui concerne le contenu, c'est une quasi constante, quel que soit le support, le domaine de l'information scientifique, technique et médicale (STM) arrive en tête de la demande : pour les périodiques électroniques, les bases de données et les e-books. Pour ces derniers, c'est la preuve que leur développement s'opère dans la continuité des autres. La mutation de support n'entraîne pas de révolution quant au type de contenu. L'information généraliste est assez peu réclamée. Enfin, la question « *seriez-vous intéressé par une offre e-book ?* » obtient 69,3 % d'avis positifs. Chez les réticents, les raisons de non-intérêt les plus fréquemment évoquées tiennent à des problèmes de budget ou de matériel. Ensuite, viennent des problèmes liés à l'outil de lecture – pas d'équipement adapté, obstacle d'un investissement important, obsolescence très rapide des technologies – et à la pérennité des documents eux-mêmes. Les derniers arguments ont trait à la mise en cause des publics, supposés ne pas être encore prêts, au manque d'information, ou à une offre que l'on croit insuffisante dans son domaine.

De quels types de médias électroniques se compose votre portefeuille ?

périodiques	91,10 %
bases de données	77,20 %
cédéroms	44,30 %
e-books	34,20 %
DVD-Rom	27,80 %
audio-vidéo	21,50 %
autres	12,70 %

(*) question à réponses multiples

2. des difficultés techniques

La richesse de contenu est nettement le premier critère de choix de média électronique (68,4 %). Trois critères viennent ensuite de manière groupée : la clarté de l'offre (51,9 %), l'offre tarifaire (50,6 %) et la crédibilité de la source (49,4 %). Mais les difficultés techniques semblent être un frein dans la mise en place des accès électroniques, puisque 42,9 % des professionnels s'en plaignent. Les sujets de récriminations ne manquent pas. Pour autant, très peu (21,1 %) sont prêts à payer une assistance technique. Reste que les services informatiques peuvent apporter leur soutien, jugé satisfaisant à 51,3 %. Mais un soutien diversement apprécié, les professionnels ne sont pas rares faisant état de difficultés rencontrées avec leurs services informatiques qui comprennent mal leurs problématiques.

3. le presque-tout électronique

Une très large majorité (81 %) est encline, à terme, à accorder plus de confiance au contenu électronique pour mieux répondre à leurs besoins en information que l'offre papier. De fait, les arguments en faveur de l'électronique ne manquent pas : rapidité d'accès à l'information, facilité de recherche et possibilité de recherche en texte intégral, gain de temps, gain de place, mutualisation facilitée, d'autant plus indispensable que les entreprises comme les réseaux sont internationaux, accès à distance. Enfin, des critères comme le développement durable ou le respect de l'environnement font leur apparition. Mais si les trois quarts des professionnels se déclarent prêts à remplacer partiellement le support papier par un support électronique, ils ne sont que 17,9 % à affirmer qu'ils le feraient en totalité. Un pourcentage assez faible, pourtant double de celui de 2006, ce qui permet de dire que la voie vers le tout électronique se dessine de plus en plus nettement.

Seriez-vous prêts au sein de votre organisation à remplacer le support papier par du contenu électronique ?

En partie	76,6 %
Intégralement	17,9 %
Non	6,4 %

4. des statistiques en pointillés

Parmi les répondants, 39,7 % ne mesurent pas l'utilisation des ressources électroniques ! C'est un indicateur important qui fait défaut pour rationaliser ses abonnements. Ce point ne marque pratiquement pas de progrès par rapport à 2006. Est-ce une question d'outil ? Si mesurer n'est pas toujours techniquement possible, des outils de mesure des statistiques existent, qui sont d'ailleurs plus nombreux aujourd'hui. Mais ils ne sont utilisés que par 34 %. Pour les autres, 66 %, la mesure s'effectue en interne, manuellement, ce qui paraît effectivement peu incitatif. Quand on mesure, cela ne concerne pas systématiquement la satisfaction des utilisateurs, loin s'en faut – seuls 37 % procèdent à une telle mesure. Cette satisfaction est-elle perceptible d'une autre façon ? Car on n'imagine pas qu'elle puisse ne pas être une préoccupation du professionnel de l'information... Autre signe d'inquiétude concernant les statistiques, lorsque l'on évalue la satisfaction des professionnels concernant l'action des éditeurs, celle des intermédiaires ou leur propre action en matière de contenu électronique, ce sont elles qui font figure de bête noire, quelle que soit la personne en ayant la charge. Les pourcentages d'insatisfaction sont ici de 60 % et plus. Les regards se tournent vers les prestataires : envisagent-ils de proposer davantage de services ou fonctionnalités de statistiques ? Il en existe en fait déjà plusieurs, mais manifestement peu connus des utilisateurs.

Qu'attendez-vous d'un consortium ou d'un groupement d'achat ?

Des tarifs favorables	94,9 %
Une mutualisation	59,0 %
Une variété de contenu	41,0 %
Un contenu plus complet	41,0 %

.../

Pour vous, quels sont les grands défis que les professionnels vont devoir relever dans les prochaines années ?

Garantir la permanence de l'accès aux collections numériques	58,2 %
Fiabiliser la conservation du contenu électronique	50,6 %
Promouvoir l'intégration de l'ensemble des ressources dans un outil unique	40,5 %
Assurer la formation des utilisateurs	27,8 %
Assurer le respect du droit d'auteur et des autres réglementations en vigueur	24,1 %
Intégrer les initiatives d'open access et autres initiatives semblables	22,8 %
Négocier l'information à sa juste valeur	21,5 %
Développer l'offre dans des domaines spécialisés	20,3 %
Offrir l'accès au plus large public	13,9 %
Amortir les investissements technologiques	5,4 %
Harmonie de la TVA papier et électronique	5,4 %
Développer l'offre de contenu dans votre langue	3,8 %
Autres	1,3 %

5. recours mitigé aux consortiums

La mutualisation des achats d'information n'est pas une pratique majoritaire (42,3 %). C'est pourtant l'un des meilleurs moyens pour parvenir à négocier les prix des abonnements, surtout lorsque l'on appartient à une petite structure. Cet argument arrive d'ailleurs très largement en tête des motivations de ceux qui y ont recours. En tout cas, 11,5 % s'en servent pour la totalité de leurs achats et 25 % l'envisagent. Couperin est le plus cité des consortiums. Sur ce point, l'enquête 2010 ne révèle pas de révolution.

6. constance des grands défis

En revanche, des différences apparaissent pour les places suivantes. Promouvoir l'intégration de l'ensemble des ressources dans un outil unique remonte de la neuvième à la troisième place (40,5 %) (2). Négocier l'information à sa juste valeur régresse de la troisième à la septième place : parce qu'aujourd'hui négocier n'est plus un défi, mais une pratique courante ? ou au contraire parce que le pouvoir de négociation est si réduit face aux éditeurs qu'il provoque un effet démobilisateur ? En dernier lieu, le défi du développement de l'offre dans les domaines spécialisés descend de la quatrième à la huitième place, signe peut-être que l'offre s'est vraiment développée, par exemple en sciences humaines et sociales avec Cairn.

ce que vous dites des difficultés techniques

« Beaucoup de problèmes de mise en place et opacité totale en termes de droits d'utilisation, de licence, de suivi de l'utilisation... »

« En tant que bibliothécaires d'une petite structure, les éditeurs se soucient peu de notre cas. Il me faut souvent insister comme une bête enragée pour que nos accès soient fonctionnels dans un délai acceptable ».

« Même les accès consortium ne fonctionnent pas toujours tout de suite et il est souvent difficile d'obtenir des réponses et un support des éditeurs ou fournisseurs ! »

ce que vous dites des statistiques

« J'aimerais bien [mesurer l'utilisation de mes ressources électroniques], mais les raisons principales qui m'en empêchent : les produits du consortium - majoritaires dans nos ressources - ont des adresses IP globales ; le manque de temps ».

« Les statistiques sont envoyées tous les mois par l'agrégateur de périodiques électroniques ».

« Il est très difficile de comparer les statistiques de différentes ressources ».

[**point de vue**] Pour Silvère Mercier, les bibliothécaires et documentalistes doivent apprendre à cultiver des identités numériques dans le cadre des institutions où ils exercent. Il examine ici plusieurs démarches adoptées par des bibliothèques ou des centres documentaires pour afficher leur identité sur le Web et y affirmer leur présence.



Silvère Mercier est bibliothécaire chargé de médiation numérique à la Bibliothèque publique d'information du Centre Georges-Pompidou. Il est l'auteur du blog Bibliobsession, le blog d'un bibliothécaire des bibliothèques. <http://www.bibliobsession.net>

Quelle identité numérique institutionnelle pour les bibliothèques et les centres documentaires ?

Les enjeux de l'identité numérique des individus sont de mieux en mieux compris, analysés et outillés, comme en témoigne le document de référence publié sur cette question : *Cultivez votre identité numérique*. Pourtant, il me semble que le sujet n'est jamais abordé sous l'angle de l'institution. Il y a là un sujet vraiment essentiel. Quelle identité numérique pour une bibliothèque publique ou un centre documentaire ? Comment les institutions peuvent-elles intervenir sur le Web ? Petite typologie de différents positionnements non exclusifs les uns des autres.

Identité institutionnelle

Très souvent, faute de réflexion sur cette question, les bibliothèques ou les centres documentaires pratiquent ce qui semble le plus évident : le logo de l'institution comme avatar sur les réseaux sociaux de type Facebook ou Twitter. Il s'agit d'utiliser ces réseaux comme des canaux de diffusion, par exemple pour les actualités de la bibliothèque. Il me semble que c'est une double erreur. D'abord parce que je n'ai pas besoin de recevoir des actualités, le plus souvent destinées à des publics locaux, sur Twitter ou Facebook. Cette information me parvient par un canal bien plus pratique et plus évident : la page d'accueil du site de la bibliothèque ! En outre, les réseaux sociaux que la bibliothèque veut investir pour « faire 2.0 » sont conçus pour des individus, non pour des institutions. Sur le Web, je mets en scène mes centres d'intérêt en tant que personne, avec ma subjectivité. La communication institutionnelle n'a pas de subjectivité, elle est par définition désincarnée.

Créer une page Facebook spécifique à la bibliothèque n'est pas inutile (notamment en terme de référencement) mais constitue le degré zéro de l'usage de ce réseau social. En outre, ce positionnement a un double inconvénient : il force à une communication globale (tout ce qui se passe dans l'institution – la granularité est trop forte) et il entre en concurrence directe avec les prérogatives d'un autre acteur de l'institution, le service communication.

Les bibliothécaires ont fréquemment des conflits avec ce service, ce qui semble logique puisque dans ce cas la bibliothèque communique sur elle-même au lieu de pratiquer une médiation de son offre pour des communautés d'intérêts.

eubib fr
Vos bibliothécaires en ligne

Identité de service

Certaines bibliothèques communiquent non pas seulement sur l'institution-globale mais sur un service qui porte sa propre marque et possède son propre nom de domaine sur Internet. C'est le cas, par exemple, du Guichet du savoir ou encore du récent Ubib, service de renseignement à distance assuré par un regroupement d'universités qui propose une identité forte (et graphiquement très réussie). Les institutions porteuses du projet apparaissent dans une page de type « À propos ». Les bibliothécaires ne sont pas assimilés à des membres d'un équipement mais bien à l'équipe qui rend le service perçu comme utile (d'où l'importance de publier les questions et les réponses

pour mettre en avant ces compétences). On est proche, ici, d'une marque commerciale : je communique pour faire connaître le service que je rends sur un site web et je peux décliner une stratégie de communication sur plusieurs sites et réseaux sociaux pour le faire connaître le service. Dans ce cas-là, une page Facebook peut promouvoir le service en proposant aux internautes de devenir *fans* selon la terminologie idoïne.

Au-delà de la promotion du service, une page Facebook permet d'obtenir un retour d'utilisation et d'annoncer des nouveautés à une communauté identifiée dont la gestion est en quelque sorte externalisée, tout en bénéficiant des effets de réseaux induits par une proportion même minime des trois cents millions d'utilisateurs dans le monde...

L'identité de service me semble très intéressante parce qu'elle permet une grande lisibilité du service et de l'utilité sociale des bibliothécaires et documentalistes. Elle facilite en outre la coopération entre plusieurs institutions.

Identité média-thématique

Le blog *Mediamus*⁸ de la médiathèque de Dole dans le Jura est perçu d'abord comme un blog thématique musical, avant d'apparaître comme un service de la bibliothèque de cette ville. Ce positionnement lui permet d'être classé soixante-dixième sur les cent blogs les plus remarquables dans le classement proposé par Wikio en novembre 2009, classement composant la communauté d'intérêt des amateurs de musique⁹. On est proche du média social, au sens où le blog participe à la conversation globale du Web sur un thème, tout en valorisant les collections de la



Mediamus, un blog musique

bibliothèque locale, son image et, par capillarité, celle de la collectivité.

Les blogs thématiques de la médiathèque de Saint-Raphaël sur l'autoformation et l'emploi ou encore le site *Point d'actus*¹⁰ de la bibliothèque municipale de Lyon ont un positionnement similaire. Dans ce cas, l'approche est globale et non théma-

⁸ <http://youontheweb.fr/identite-numerique/cultivez-votre-identite-numerique-le-guide-pratique-888>

⁹ www.guichetdusavoir.org

¹⁰ www.ubib.fr

¹¹ <http://mediamus.blogspot.com>

¹² www.wikio.fr/blogs/top/musique

¹³ www.bm-saintraphael.fr/infos_actualites.html

¹⁴ www.pointsdactu.org

¹⁵ www.geemik.net/?p=424. [Voir aussi le témoignage d'Isabelle Brisset

dans notre numéro 3/2009, pages 64-65.]

tique, rapprochant l'initiative lyonnaise d'un journalisme fait par des bibliothécaires.

Plus généralement, j'ai tendance à nettement préférer le positionnement du blog thématique à celui du blog de la bibliothèque, car ce dernier mélange allègrement des billets thématiques, des billets locaux sur la vie de la bibliothèque ou, pire, celle des bibliothécaires, et il brouille complètement le message.

L'identité média-thématique suppose donc une ligne et un projet éditoriaux.

Identité de personnes ressources

C'est à mon avis le positionnement le plus intéressant. Les documentalistes de l'École supérieure de commerce de Lille se sont autoproclamées des *Geemiks*¹⁵ : « *Geek pour férues de technologies et Gimmick, terme de Jazz : les 5 premières notes qui donnent le ton. [...] Nous sommes passées d'une vision "connecter les informations" à une autre vision : "connecter les gens qui échangent les informations". Notre objectif étant à terme de participer à la création de réseaux de savoirs et de connaissances au niveau individuel et pour notre établissement.* » Les *Geemiks* sont donc d'abord connues comme des personnes-ressources dans des domaines de compétences (audit, finances, RH, etc.) avant



d'être perçues comme bibliothécaires de l'ESC Lille. D'ailleurs, elles se pensent comme des « animatrices de communautés ».

L'avantage est de recentrer la fonction documentaliste non seulement sur la ressource ou le service, mais sur la « personne-ressource » à qui il faut s'adresser. Les avatars sont alors ceux des bibliothécaires elles-mêmes et l'institution s'incarne sur le Web. On pourrait objecter que le risque d'un tel positionnement réside dans un lien avec des personnes en poste à un moment donné. Si la situation change, il faut alors reconstruire une identité numérique, ce qui peut être perturbant pour les usagers. Peut-être faut-il alors imaginer des personnages virtuels construits de toutes pièces par les bibliothécaires ?

Quoi qu'il en soit, les bibliothécaires et documentalistes doivent, me semble-t-il, apprendre à cultiver des identités numériques dans le cadre des institutions. Ces réflexions sont de nature à contribuer à imposer le bibliothécaire comme celui qui « connecte des gens qui échangent des informations ». La différence est alors claire : aux communicants le positionnement institutionnel et la charte graphique déclinable sur plusieurs sites, les logos, la conception des avatars. Et aux bibliothécaires l'activité de médiation numérique, c'est-à-dire le choix des contenus et des dispositifs de médiation auprès de communautés d'intérêt identifiées.



témoignage

Conservateur en chef des bibliothèques, **Thierry Boucher** est depuis septembre 2007 directeur de la bibliothèque, des archives et du musée de l'École polytechnique.

thierry.boucher@polytechnique.edu



Titulaire d'un DESS en sciences de l'information, **France Martin** est documentaliste. Après avoir travaillé à l'EDHEC et au CERAM, elle a rejoint l'École polytechnique en septembre 2006.

France.martin@polytechnique.edu

Une stratégie de médiation numérique innovante et globale

Pour mettre en place une médiation numérique de ses collections, la Bibliothèque centrale de l'École polytechnique (BCX) a créé une page institutionnelle Facebook. Très proche de la communauté à laquelle il est destiné, cet outil a permis de valoriser une pratique innovante orientée usager.

La question des relations avec les usagers peut recouvrir deux choses : le lien qui s'établit entre l'utilisateur et la bibliothèque et son personnel, et le service que la bibliothèque apporte à l'utilisateur, la valeur ajoutée aux collections documentaires. La notion de qualité est essentielle dans les deux cas. Elle repose à la fois sur les savoir-faire, les traditions, et sur l'innovation. C'est autour de ces réflexions que quatre personnes de la bibliothèque de l'École polytechnique, jeunes, dynamiques et motivées – les *geeks* de la BCX –, ont proposé de se constituer en un groupe de veille sur les outils du web 2.0 qui a débouché sur le projet BCX 2.0 : une stratégie de médiation numérique innovante et globale. En mai 2008, l'un des premiers éléments de cette stratégie fut mis en place avec la création d'une page institutionnelle Facebook.

UNE PAGE FACEBOOK POUR UNE BIBLIOTHÈQUE INNOVANTE. Cette page répond aux quatre objectifs du projet BCX 2.0 : communiquer sur les produits et les services de la bibliothèque, moderniser son image, attirer et fidéliser les usagers, se positionner comme une bibliothèque innovante.

Le choix de Facebook s'est imposé devant la taille de la communauté polytechnicienne présente : 1 500 élèves et anciens élèves sur le « réseau ». Nous avons choisi d'occuper le terrain, d'être là où se trouvent

les élèves. Le projet BCX 2.0 vise à disséminer les contenus et à s'adapter à la diversité des pratiques informationnelles. La qualité de l'information s'organise sur de nouveaux supports. La réalisation de la page est assez rapide car les contenus et les objectifs ont été pensés en amont. La création et l'animation sont assurées par l'équipe projet.

QUEL RETOUR D'EXPÉRIENCE PEUT-ON FAIRE UN AN APRÈS ? Côté bibliothécaires, nous participons concrètement à l'évolution du rôle du professionnel de l'information qui met désormais en place une médiation numérique des collections. En outre, ce projet BCX 2.0 doit matérialiser et personnaliser la présence de la bibliothèque sur Internet.

Il faut apprendre à gérer son identité numérique professionnelle, distincte de l'identité numérique personnelle. Trois d'entre nous ont choisi d'avoir deux profils Facebook pour éviter les mélanges hasardeux. Il est clair que des sensibilités différentes apparaissent au sein du personnel. Tous ne sont pas enclins à exercer sur un réseau social, mais il faut éviter la cristallisation d'une fracture numérique.

Côté utilisateurs, s'il est encore tôt pour dresser un bilan solide, nous constatons une présence satisfaisante du public (nombre de fans, utilisation du mur, statistiques), signe que de nouvelles pratiques informationnelles apparaissent. Nous devons trouver notre place au sein de la surinformation ambiante, quitte à y participer. Ce faisant, nous avons gagné une meilleure visibilité auprès de notre public, en termes quantitatifs et qualitatifs, mais aussi une meilleure visibilité de notre public.

Même si Facebook n'est pas une solution miracle, c'est un outil choisi par le public, qui permet de valoriser une pratique innovante orientée lecteur. C'est aussi une belle aventure collective ! ●

LA MÉDIATION NUMÉRIQUE ÇÀ S'APPREND

La médiation numérique est devenue le nouvel Eldorado des bibliothécaires et plus largement de l'information-documentation. L'offre de formation s'étoffe elle aussi, mais il est conseillé de l'intégrer dans un projet déjà avancé

En quelques années, les Français se sont convertis avec engouement aux outils numériques et leurs usages s'en sont ressentis. Que ce soit dans le cadre de leurs loisirs ou dans celui de leurs activités professionnelles, ils ont plébiscité les interfaces simplifiées telles que celles qui ont été popularisées par les moteurs de recherche les plus connus : Google, Yahoo, Bing ou Exalead. Les bibliothèques ont dû s'y mettre à leur tour. Naguère, elles étaient habituées à proposer aux lecteurs des logiciels experts avec de multiples champs de recherche. Aujourd'hui, elles repensent leurs outils à la lumière d'un objectif : la médiation numérique. Et les formations commencent également à intégrer cette nouvelle discipline dans leurs cursus.

Devenue un incontournable sujet de bibliothéconomie, la médiation numérique mérite une définition. Selon Sylvère Mercier, chargé de la médiation numérique au sein de la Bibliothèque Publique d'Information du Centre Pompidou, la médiation numérique désigne « tout dispositif technique, éditorial ou interactif mis en œuvre par des professionnels de l'information-documentation favorisant l'appropriation, la dissémination et l'accès organisé ou fortuit à tout contenu proposé par une bibliothèque à des fins de formation, d'information et de diffu-

sion des savoirs ». Autrement dit, comment organiser la rencontre entre les usagers, les professionnels de l'infodoc et les contenus.

400 heures dédiées

Depuis peu, elle est enseignée en formation initiale ainsi qu'en formation continue. C'est le cas par exemple du master information, communication, documentation (ICD) deuxième année délivré par l'université Charles de Gaulle-Lille 3, qui propose un volume de 400 heures dédiées à la médiation de l'information électronique professionnelle. Les fonctions concernées par ce module sont nombreuses et intéressent quasiment tous les métiers de l'information-documentation : responsable de veille informationnelle, animateur de réseaux documentaires ou de portails d'information, gestionnaire de services web, consultant en technologies et applications numériques... Selon les responsables pédagogiques de ce master ICD deuxième année,

Stéphane Chaudiron et Wilad Mustafa el Hadi, cette formation doit permettre aux étudiants de « concevoir et participer à la réalisation de produits et systèmes dans un contexte de médiation de l'information électronique professionnelle ».

Ce Master s'adresse principalement aux étudiants issus des sciences sociales et humaines ainsi qu'aux étudiants en informatique.

urbanisation et partage de l'information

À l'université de La Rochelle, un master ingénierie des contenus numériques en entreprise a été ouvert dès le mois de septembre 2008. Baptisé Icone, ce master a pour objectif de former des étudiants de niveau bac + 5 capables de maîtriser les problématiques de gestion des connaissances de l'entreprise, mais aussi de les inscrire dans une urbanisation propice au partage de l'information. Sur quatre semestres, le volume d'enseignement

repères

PEU DE PLACE AU E-LEARNING ET AU SERIOUS GAME

Le e-learning et le serious game ont beau être à la mode, ils se prêtent assez mal aux métiers de l'infodoc. « Les pédagogies de nos métiers sont plutôt classiques et très orientées vers les exercices pratiques et les ateliers », constate Jean Gauthier, responsable de Serda Formation. De fait, la formation d'un archiviste ou d'un documentaliste repose avant tout sur l'apprentissage immédiat et la mise en situation en mode présentiel. Ce qui n'est guère compatible avec l'enseignement à distance. Quant au serious game qui désigne un logiciel utilisant les éléments divertissants du jeu vidéo à des fins pédagogiques, il est surtout utilisé par le secteur industriel ou les métiers liés aux différentes formes de pilotage. Le cas le plus connu étant celui des simulateurs de vol sur lesquels les apprentis pilotes s'entraînent avant de prendre en main un vrai manche à balai.

En revanche, la formation personnalisée est de plus en plus sollicitée par les entreprises. Selon Jean Gauthier : « ce type de pédagogie est parfaitement adapté aux métiers de l'information-documentation. L'apprenant profite de l'expertise d'un formateur mis à sa disposition et repart avec une prestation particulièrement adaptée à ses besoins ». La formation personnalisée permet en outre au formateur de calibrer ses connaissances à la lumière du niveau réel de l'apprenant, ce qui évite le nivellement par le bas ou la discrimination par le haut.

ÇA MARCHE PAS VOTRE MÉDIATION MACHIN :
 JE TAPÉ "CÉLINE" ET JE
 TOMBE SUR UN MEC!



atteint 650 heures en première année et 360 heures en seconde année.

Organisé en quatre semestres (trois semestres de cours et un semestre de stage), le master Icone propose deux parcours dont l'un, développement et exploitation de contenu numérique ou Decnum, est orienté sur les notions de contenus plutôt que sur les problématiques d'urbanisation. Selon le parcours retenu, l'étudiant pourra se tourner vers des fonctions de directeur des systèmes d'information, d'architecte réseaux, de consulting ou préférer un métier lié à la recherche et l'enseignement.

révision des fondamentaux

Du côté des formations continues, on assiste à une extension de l'offre, alimentée par les initiatives universitaires. À Clermont-Ferrand, l'université Blaise Pascal propose une session de deux jours et

deux intitulées « bibliothèque en ligne et médiation numérique des collections ». Le contenu de ce stage regroupe une révision des fondamentaux : flux RSS, blogs, réseaux sociaux, indexation sociale... Dans une seconde partie, il s'intéresse à la médiation numérique proprement dite avec la présentation de retours d'expérience et un TD dédié à la construction d'un projet.

Dans la région Midi-Pyrénées-Languedoc-Roussillon, un stage organisé par l'université Toulouse-Le Mirail dresse un panorama des médias sociaux et porte une attention particulière à la dimension juridique de la médiation numérique en particulier le droit d'auteur et le droit à l'image.

L'offre de formation continue ne se limite pas à ces deux exemples et d'autres institutions étoffent leur catalogue. Pour autant, Sylvère Mercier estime que les formations à la médiation numérique doivent s'inscrire dans un programme

déjà avancé : « Il me semble quasi inutile d'envoyer toute une équipe en formation sur la médiation numérique s'il n'y a pas de projet. Dans le meilleur des cas, ça aura pour effet de sensibiliser des cadres ; au pire, vous aurez frustré des gens qui n'ont pas de pouvoir de décision et qui se sentiront très seuls après la parenthèse enchantée de la formation ». Est-ce un effet de la multiplication des formations en médiation numérique, on constate une présence de plus en plus importante des bibliothèques sur Facebook. Le blog Livre-arbitre a déjà recensé 175 pages ou profils au 3 mars 2011 : des bibliothèques municipales, des médiathèques, des établissements universitaires... Une liste qui ne cesse de s'allonger et un moyen désormais incontournable pour toucher un public jeune et technophile qui ne jure que par les réseaux sociaux.

Il faut bien circonscrire le périmètre de la médiation numérique

Les acteurs de la médiation numérique se donnent pour mission de :

Accueillir et orienter

- Proposer un accueil de proximité
- Orienter vers les services ou structures adaptés
- Informer et faciliter l'accès aux droits, au logement, aux soins ...

Initier et accompagner les publics

- Vulgariser & accompagner les pratiques et les usages du numérique
- Initier aux compétences numériques de base (littéracie numérique)
- Aider et former à l'usage des services en ligne
- Aider les personnes, notamment handicapées, à adapter les outils numériques à leurs besoins
- Développer l'autonomie et l'esprit critique des publics
- Participer à l'insertion sociale et professionnelle des personnes

Valoriser les personnes et leurs usages

- Contribuer à restaurer l'estime de soi des personnes peu habiles avec le numérique
- Permettre l'expression citoyenne et encourager la créativité artistique des usagers
- Contribuer à l'émancipation des personnes dans une logique de capacitation (empowerment)

Accompagner les projets sur le territoire

- Repérer et valoriser les initiatives locales intéressantes
- Faire remonter les besoins et les attentes des usagers
- Donner à voir ce qui existe aux décideurs
- Mettre en relation les acteurs locaux
- Mettre en oeuvre des partenariats et structurer le réseau d'acteurs

Veiller, innover et essayer

- Expérimenter et impulser des projets
- Proposer et développer de nouveaux services
- Faciliter la coopération et la collaboration à distance
- Faire une veille informationnelle sur les difficultés rencontrées par les publics avec le numérique
- Garder la mémoire des idées et projets
- Modéliser les initiatives pour essayer les projets

.../

La médiation numérique, c'est une posture professionnelle

Le médiateur numérique doit savoir être tour à tour :

- **un passeur**, à l'interface de cultures et d'univers différents,
- **un facilitateur**, qui encourage l'échange de savoirs d'usager(s) à usager(s),
- **un ambassadeur**, qui valorise les projets des habitants du territoire,
- **un pollinisateur**, qui colporte de projet en projet les idées et les bonnes pratiques,
- **une personne-ressource**, mettant ses compétences au service d'actions transversales,
- **un « fainéant »**, dans le sens où il n'hésite pas à copier ou s'inspirer de ce qui marche ailleurs.

« Animateur multimédia » ou « animateur d'EPN » sont des profils de poste et non pas un métier.

La médiation numérique est une posture professionnelle susceptible de constituer le socle d'une identité professionnelle plus large, correspondant à une famille de métiers suffisamment large pour justifier la création de filières de formation et de recrutement pérennes.

*Extrait de **Carnets de la médiation numérique***

Publié, en Juin 2012,

par la Collectivité Territoriale de Corse en collaboration

avec l'association Créatif