

## Les enjeux du catalogue 2.0 : la reconquête du public

Depuis le début de l'informatisation des bibliothèques, il y a plus de trente ans, les opacs\* n'ont connu que des évolutions limitées reflétant directement les principaux changements technologiques : passage du Vidéotex (Minitel) au terminal avec un opac en mode caractère, adoption de l'ergonomie Windows, utilisation du navigateur Internet comme client de consultation... Au fil des ans, les fonctionnalités proposées aux usagers ne se sont pas nécessairement améliorées ; ainsi certaines fonctions fort appréciables comme le feuilletage des index au moment de la saisie d'une requête, présent sur des systèmes très anciens, tel le logiciel GLIS (Geac) qui équipait l'ancienne Bibliothèque nationale, ne se sont pas généralisées quand elles n'ont pas purement et simplement disparu. Résultat le plus frappant de cette évolution purement technologique : le silence systématique et persistant qui entoure l'utilisateur s'aventurant à effectuer quelques recherches *sujet* dans le catalogue. En 2007, une nouvelle famille d'outils apparaît sur le marché : les opacs de nouvelle génération. Même s'ils intègrent de nouvelles technologies comme la mobilisation des web services des éditeurs, ces nouveaux opacs se distinguent des précédents principalement par leur conception générale et par les fonctionnalités proposées ; ils semblent avoir été développés pour des usagers non bibliothécaires, avec la finalité de donner envie de lire les documents référencés. Ces outils foisonnent de nouvelles fonctionnalités : affichage de la première de couverture, du sommaire ou d'un résumé, nuage\* de mots pour effectuer un rebond, navigation à facettes\*, possibilité de consulter les critiques des autres usagers ou d'en rédiger soi-même, possibilité d'attribuer un mot-clé (un *tag*\*) à la notice... Bref ces logiciels ont complètement renouvelé les opacs et ont fait entrer en un rien de temps les

bibliothèques dans l'ère du web 2.0. Si nul ne regrette les vieux opacs en mode caractère ou le silence assourdissant de leurs plus jeunes avatars, la question se pose tout de même de l'usage que les bibliothèques feront de cette nouvelle génération d'outils. A quoi cela peut-il servir de faire *tagger* ses documents par les usagers ? Pourquoi leur donner la possibilité de critiquer les documents figurant au catalogue ? Certaines possibilités ne sont-elles pas contre-productives dans le sens où elles vont brouiller l'image de la bibliothèque et finalement nuire à son attractivité ?... Enfin, si l'on arrive à mieux positionner l'emploi d'un tel outil dans les bibliothèques, quelles difficultés pratiques va-t-on rencontrer au moment de son déploiement ?

### Le catalogue 2.0

Le concept de catalogue 2.0 mérite une définition mais la tâche est ardue. Revenons rapidement à la définition du web 2.0 afin d'en cerner les finalités et d'en examiner leur projection sur le catalogue de la bibliothèque. Ce sont Tim O'Reilly et Dale Dougherty qui ont forgé l'expression web 2.0, en 2004, pour désigner les tendances et les modèles économiques des sites web ayant survécu à l'éclatement de la bulle Internet (en 2000). Forgé *a posteriori*, le concept fait l'objet de multiples définitions<sup>1</sup>. Il est tout d'abord appréhendé par l'exemple : Wikipedia est web 2.0 alors que la *Britannica On Line* ne l'est pas, le blog est web 2.0 alors que le site personnel ne peut y prétendre, les wikis le sont mais pas les systèmes de gestion de contenu.... Ensuite, les principales caractéristiques du concept sont énoncées : un site web 2.0 est avant tout un espace ouvert offrant un accès aisé aux informations et permettant leur modification ; c'est un site dans lequel

---

<sup>1</sup> Voir sur Internet la définition qu'en donne - en anglais - Tim O'Reilly  
<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html#mememap> ,  
consulté le 17.08.09.

l'internaute aura une totale maîtrise de ses données ; enfin, un site web 2.0 doit favoriser les échanges directs entre utilisateurs. S'y ajoute une définition par opposition des caractéristiques du Web ancien – statique, orienté consommateur et sans interaction – et du Web nouveau qui doit être dynamique, orienté contributeur et en interaction permanente avec les utilisateurs du site. L'opposition des caractères statiques et dynamiques concerne les données accessibles en consultation qui sont jugées statiques dès lors qu'elles résultent d'une rédaction effectuée par le responsable du site et dynamiques si elles sont générées à la demande pour répondre par exemple à la requête d'un usager particulier ou pour se conformer à son profil de consultation. Notons à ce propos que les catalogues de bibliothèque sont de longue date des sites dynamiques dans lesquels les pages web sont générées à la volée afin de répondre à une requête précise et non créées de toutes pièces par un bibliothécaire prévenant qui aurait identifié à froid toutes les requêtes possibles et imaginables avant d'en rédiger la page des résultats ! L'opposition entre consommateur et contributeur est probablement la plus fallacieuse qui soit. L'utilisateur du site Amazon - site web 2.0 de référence - qui laisse une critique et une recommandation de lecture peut-il vraiment être considéré comme un contributeur, détaché de toute logique de consommation, alors qu'il participe à la dynamique de vente de la plus grande librairie en ligne ! Troisième point, l'opposition entre de vieux sites web sans interaction et de nouveaux sites favorisant les interactions avec les usagers. Le concept demeure imprécis : tout site web, du fait du choix des pages à afficher et des liens sollicités par l'internaute, est nécessairement en interaction avec celui-ci. Ce que semble mettre en avant Tim O'Reilly est probablement la capacité du site à intégrer les contenus produits par l'usager : ses critiques, ses commentaires, ses votes... D'autres approches sont données du concept à travers l'évolution

constatée du Web avant de préciser que le terme désigne de fait aussi bien les technologies employées (fils RSS\*, web services\*, moteurs de blog, moteur de wiki...) que les usages.

Au bout du compte, le concept semble s'appliquer à tout site permettant aux internautes de contribuer aux contenus et d'échanger entre eux. Nous voilà avec une définition qui ratisse large : les réseaux sociaux (entrer en contact, dialoguer par messagerie instantanée...) et les sites de partage de ressources (mettre en commun des signets\*, des photographies numériques, des vidéos, des documents sonores...) sont pleinement web 2.0.

Trois caractéristiques se dégagent toutefois des sites web 2.0 qui méritent un temps d'arrêt : la personnalisation des services et des informations, le *crowd sourcing*\* et la sérendipité\*. La personnalisation des services et des informations est probablement une dimension fondamentale du concept. Les sociologues soulignent les nouvelles exigences des jeunes générations dont le rapport au temps s'est considérablement transformé, selon l'expression de François de Singly, c'est l'exigence du « tout, tout de suite »<sup>2</sup>. La culture de l'Internet conduit également à la banalisation de la diffusion sur profil. C'est désormais au site web de faire l'effort de diffuser une information adaptée au profil de chacun et non à l'internaute de suer sang et eau pour dénicher son bonheur dans un catalogue de bibliothèque. L'expression *crowd sourcing* est forgée par combinaison de l'*outsourcing*\* c'est-à-dire de l'externalisation et du terme *crowd* qui désigne la foule ou la masse des internautes. Le taggage des ressources peut être vu comme une opération de sous-

---

<sup>2</sup> François de Singly, « Les Jeunes et la lecture », *Les dossiers Éducation et Formations*, 1993, n° 24. Dès 1993, François de Singly notait : « Il semble que la télévision et le cinéma aient réussi à imposer un standard, la durée d'une histoire.[...] L'appropriation du livre, sous la forme du roman, est ainsi déstabilisée par une telle exigence du « tout, tout de suite ». Le web n'aurait donc qu'amplifié un mouvement qui lui est antérieur.

traitance aux internautes de l'indexation. Ce concept nous situe dans le champ économique. Enfin la sérendipité est définie selon le *Grand dictionnaire terminologique* comme la « découverte par chance ou sagacité de résultats que l'on ne cherchait pas ». En résumé le web 2.0 ne correspond pas à un concept bien défini, il est forgé à l'usage pour englober un ensemble d'évolutions du Web dont nous retiendrons ici quatre caractéristiques principales : la capacité du site à intégrer les contenus produits par l'utilisateur (critiques, votes, commentaires...), la personnalisation des services et des informations, la mise à contribution des utilisateurs pour leur faire produire des contenus à la place des bibliothécaires et la sérendipité. Si cela esquisse à grands traits ce que pourrait être un catalogue 2.0, regardons tout de même si la bibliothèque 2.0 est un concept susceptible de préciser les fondamentaux de ces catalogues de nouvelle génération. En 2005, Michael Casey a défini, sur son blog<sup>3</sup>, la bibliothèque 2.0 comme « l'application des technologies du Web, multimédia et interactives aux collections et aux services web des bibliothèques ». Cette nouvelle bibliothèque doit être centrée sur l'utilisateur qui participe à la création des contenus et des services. Ce doit être un lieu d'échange entre utilisateurs et bibliothécaires comme entre les utilisateurs eux-mêmes. Elle doit être innovante, notamment dans la manière dont les utilisateurs peuvent chercher, trouver et exploiter l'information.

Web 2.0 et bibliothèque 2.0 fournissent tous les éléments pour définir le catalogue 2.0 par l'énoncé de ses caractéristiques ou de ses finalités. Le catalogue 2.0 est un logiciel documentaire permettant de repérer un document dans le fonds physique ou virtuel d'une bibliothèque ; il donne à voir les documents qu'il référence, offre des services personnalisés, intègre les contenus produits par l'utilisateur et propose

---

<sup>3</sup> . Library Crunch : [www.librarycrunch.com](http://www.librarycrunch.com), consulté le 17.08.09.

enfin de nouvelles logiques de découverte (nuages de mots pour le rebond, conseil de lecture des usagers...). L'énoncé de ses finalités est peut-être plus éclairant. Le catalogue 2.0 est un logiciel, support d'un service qui doit s'approcher au plus près des possibilités qu'offre la découverte des collections par un utilisateur se promenant dans les rayonnages d'une bibliothèque : il doit contribuer au plaisir de la découverte, grâce à la déambulation virtuelle dans les rayons et au feuilletage d'extraits des documents pour en consulter sommaire ou résumé de quatrième de couverture. Il doit également permettre de transposer à l'écran certaines pratiques qu'ont pu observer tous les bibliothécaires de lecture publique : les échanges entre utilisateurs sur leurs lectures favorites, l'emprunt privilégié des ouvrages situés sur le chariot de retour<sup>4</sup>... Il doit par ailleurs affranchir l'utilisateur de toute connaissance bibliothéconomique préalable à la recherche.

Convivial, mis à la portée de chacun, incitant au plaisir de lire et à celui de la découverte, favorisant les échanges entre utilisateurs sur leurs lectures, offrant une information ciblée sur les préférences littéraires de chacun... , le catalogue 2.0 n'a décidément plus rien avoir avec le vieil opac qui exploitait une « liste, établie dans un ordre donné, de documents formant une collection »<sup>5</sup>, c'est devenu un outil de promotion de la bibliothèque, de ses services et de ses collections. Même s'il dépasse de beaucoup cette simple fonction de brochure commerciale, le catalogue 2.0 partage beaucoup avec les catalogues commerciaux de la vente en ligne. Le catalogue de la bibliothèque a fini par s'inspirer du catalogue de la Redoute pour mieux séduire les utilisateurs de la bibliothèque !

---

<sup>4</sup> Certains catalogues 2.0 proposent une fonction « *les lecteurs qui ont aimé ce livre ont également lu ces livres* » qui semble reprendre directement la fonction d'Amazon « *les clients ayant acheté cet article ont également acheté* ».

<sup>5</sup> D'après le *Trésor de la Langue Française informatisé*, voir sur Internet <http://www.cnrtl.fr/definition/catalogue>, consulté le 17.08.09.

## Les enjeux du catalogue 2.0

Promouvoir la bibliothèque, mettre en valeur ses services et ses collections... cela constitue un enjeu de taille à un moment où les évolutions des pratiques culturelles et des pratiques d'information ont conduit les nouvelles générations à se détourner des bibliothèques. La comparaison des chiffres de 1996 et de 2004 de la Direction du livre et de la lecture concernant la lecture publique<sup>6</sup> et la prise en compte des données du Crédoc (Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie) relatives à la fréquentation des bibliothèques<sup>7</sup> montrent l'urgence de la situation.

Sur cette période, le nombre de bibliothèques municipales a augmenté de 15 % et celui des emplois de bibliothèque de 40 %. Ne disposant pas de l'évolution de la surface globale des bibliothèques, nous considérerons que l'évolution des emplois est en rapport direct avec l'évolution des surfaces des bibliothèques (soit environ 40 %) ; l'offre aurait donc connu un développement considérable. La demande quant à elle n'aurait progressé que de manière limitée avec 15 % d'inscrits et 9 % de prêts d'imprimés supplémentaires. Si l'on admet la progression de 40 % des surfaces, il faut donc constater une perte significative d'attractivité des bibliothèques : chacune d'entre elle peine à maintenir son public et les élus sont mal payés de leurs lourds investissements. L'étude du Crédoc apporte une information complémentaire : la fréquentation des bibliothèques aurait progressé sur la même période de 41 %, soit à peu de chose près la progression des emplois que nous assimilons à celle des surfaces.

<sup>6</sup> Voir sur Internet les chiffres-clés du Ministère de la culture <http://www2.culture.gouv.fr/deps/fr/index-stat.html>, consulté le 17.08.09.

<sup>7</sup> Bruno Maresca avec la collab. de Christophe Evans et Françoise Gaudet, *Les bibliothèques municipales en France après le tournant Internet: attractivité, fréquentation et devenir*. Paris : Bibliothèque publique d'information/Centre Pompidou, 2007. 283 p. (Études et recherche).

Evolution de l'activité des bibliothèques de 1996 à 2004

	Source	1996	2004	Progres- sion
Nombre de bibliothèques municipales	Ministère de la Culture	2 544	2 913	15 %
Emplois dans ces bibliothèques		17 300	24 200	40 %
Inscription en bibliothèques municipales, en milliers de personnes		8 736	10 173	16 %
Prêts d'imprimés en dizaines de milliers		15 170	16 490	9 %
Prêts de disques en milliers		19 700	31 800	61 %
Fréquentation des bibliothèques municipales, en milliers de personnes (données estimées, bases déclaratives)	Etude Crédoc	11 800	16 580	41%

Seule la progression de la fréquentation demeure donc en rapport avec l'évolution de l'offre alors que le prêt est en perte de vitesse. La fonction des bibliothèques semble évoluer : c'est un lieu que l'on fréquente, où l'on s'installe mais où l'on emprunte de moins en moins.

L'examen de l'évolution des pratiques culturelles des Français<sup>8</sup> permet de dégager un important élément d'explication : la culture du numérique s'impose alors que la culture de l'imprimé connaît un recul générationnel. Plus largement, c'est l'ensemble des pratiques culturelles traditionnelles – et tout particulièrement la lecture de livres – qui se trouvent toutes en déclin à l'exception notable de l'écoute de musique enregistrée qui connaît une forte augmentation. Les Français fréquenteraient moins les bibliothèques tout simplement parce que les nouvelles générations lisent moins de livres. Si cette explication est valable, le public des usagers de bibliothèque va probablement connaître un vieillissement rapide. Au-delà d'une éventuelle désaffection des adolescents et

<sup>8</sup> Olivier Donnat, Florence Lévy, « *Approche générationnelle des pratiques culturelles et médiatiques* », *Culture prospective*, n°3, juin 2007, p. 12 et p. 19. Disponible sur internet : [http://www2.culture.gouv.fr/culture/deps/2008/pdf/Cprospective07\\_3.pdf](http://www2.culture.gouv.fr/culture/deps/2008/pdf/Cprospective07_3.pdf), consulté le 17.08.09.

des jeunes actifs qui seraient plus enclins à solliciter les ressources numériques, d'autres facteurs influent probablement sur la perte d'attractivité des bibliothèques. L'étude Crédoc<sup>9</sup> souligne quelques pratiques culturelles ou informationnelles qui en disent long sur la perception que les Français ont des bibliothèques. En matière de fiction, les bibliothèques sont non seulement concurrencées mais largement devancées par les librairies et les hypermarchés. Concernant les informations relatives aux loisirs ou à la vie pratique, les bibliothèques ne sont quasiment pas vues comme susceptibles de répondre aux besoins. Enfin, pour la documentation, seul domaine de légitimité que les Français semblent attribuer aux bibliothèques, Internet arrive en tête de liste bien avant les bibliothèques.

La situation des bibliothèques publiques connaît des évolutions marquées et profondes : désintérêt des jeunes générations, perte de vitesse du prêt, cantonnement des bibliothèques à la fonction d'étude... Même s'il ne constitue pas l'unique explication de ces évolutions, le fort développement du Web semble en être devenu le moteur principal. Le Web concurrence en effet les médiathèques à la fois dans leur fonction documentaire (immédiateté des réponses) et dans leur fonction de loisir (dématérialisation des produits culturels avec le téléchargement de musique et de vidéo). Jugé pratique, accessible et dégagé des contingences horaires, le Web bénéficie d'une perception tout à fait positive alors que les bibliothèques semblent pâtir d'une image désuète, plus ou moins méritée : univers du livre, lieu de silence sinon de recueillement, institution de promotion de la culture officielle, lieu d'étude situé en direct prolongement de l'univers scolaire...

De ces constats et de ces analyses se dégageraient donc deux enjeux importants pour les bibliothèques.

1. Conforter le développement de la fréquentation par des usagers qui ne sont pas nécessairement inscrits. La bibliothèque doit pour cela affirmer son statut de lieu de loisir où l'utilisateur aura envie de s'installer pour consulter une vidéo, écouter un conférencier, lire la presse, discuter avec les autres usagers, boire un café...
2. Répondre aux exigences d'immédiateté, de personnalisation et de dématérialisation des produits culturels. La bibliothèque doit non seulement revoir son offre de services, la part des budgets affectée aux ressources numériques et ses modalités de fonctionnement (dont les horaires) mais également proposer des outils conformes aux standards de la culture du numérique qui rénoveront son image et qui permettront de supporter la nouvelle offre de services en ligne...

Quel peut être l'apport du catalogue 2.0 dans cette vaste entreprise ? Donnant à voir les ressources de la bibliothèque et permettant la visite virtuelle de ses collections (déambulation virtuelle dans les rayons, feuilletage virtuel d'extraits des documents, repérage virtuel des documents empruntés par les autres usagers...), il peut constituer un moyen de promotion non négligeable des fonds. Amazon.com l'a bien compris. Cet apport ne paraît cependant pas essentiel au regard de la régression de la fonction de prêt (on vient de moins en moins en bibliothèque pour emprunter mais plutôt pour consulter sur place, échanger avec d'autres usagers...) et du recul de la lecture de livres (la bibliothèque étant perçue comme un lieu de l'imprimé). Par contre, si le catalogue 2.0 permet l'accès à une offre de musique en ligne et de vidéos à la demande, avec l'écoute ou la visualisation d'extraits avant l'emprunt en ligne de ces documents, nul doute qu'il peut apporter une contribution significative à la reconquête des jeunes générations. Certes, il faudra revoir les politiques d'acquisition, les outils de gestion du prêt numérique et faire

---

<sup>9</sup> Bruno Maresca, *op. cit.*, p. 118.

connaître cette nouvelle offre, mais l'entreprise paraît tout à fait prometteuse.

L'autre apport tout à fait déterminant du catalogue 2.0 concerne l'image qu'il renvoie de la bibliothèque. C'est un outil conforme aux standards du Web (la recherche à la Google, le nuage de mots des blogs, la navigation à facettes et les contributions des sites de commerce en ligne...) qui installe l'image d'un établissement évoluant avec son temps, présent dans l'univers du numérique et répondant aux fortes exigences de personnalisation et d'immédiateté de l'accès aux ressources (du moins si l'offre de ressources en ligne est adaptée en volume comme en qualité) qu'expriment les nouvelles générations. D'autres actions complémentaires - comme la présence de la bibliothèque sur les réseaux sociaux type Facebook, MySpace ou Twitter - devront probablement être engagées afin d'installer l'établissement dans les environnements virtuels que fréquentent les *digital natives*\* et de convaincre ceux-ci que la bibliothèque d'aujourd'hui n'a plus rien à voir avec celle qu'ils ont connue lors des visites de classe effectuées quelques années plus tôt. L'apport du catalogue 2.0 est donc potentiellement très fort mais avec cette double condition d'accompagner une évolution des pratiques d'acquisition caractérisée par un fort rééquilibrage au profit des documents numériques et d'être mis en œuvre par une bibliothèque qui adaptera sa politique de communication afin de bien toucher les catégories d'utilisateurs qu'elle souhaite reconquérir (adolescents, jeunes actifs...).

Dernier apport mais peut-être le plus prometteur, le catalogue 2.0 permet de mieux connaître les pratiques et les attentes des usagers, notamment ceux des utilisateurs distants. Le catalogue 2.0 va en effet proposer de multiples services personnalisés, comme la diffusion sélective d'information avec des fils RSS présentant les nouvelles acquisitions de tel ou tel secteur. Il va également permettre la saisie de contributions (critique, conseil de lecture ...). Toutes ces fonctions sont

généralement accessibles uniquement en mode authentifié. C'est une nécessité liée à la régulation des services et à la modération des contenus et c'est une opportunité pour mieux connaître la population des usagers distants. Jusqu'à présent, la bibliothèque publique a toujours donné priorité à l'utilisateur dans les murs qui de toutes façons ne pouvait accéder aux collections qu'à condition de se rendre à la bibliothèque. Avec la mise en œuvre d'une offre de ressources numériques consultables et téléchargeables à distance, la bibliothèque n'aura plus d'occasion d'échanges en vis-à-vis avec une partie importante de ses usagers. Comment va-t-elle se représenter les attentes et les besoins de ce nouveau public qui ne fréquente plus ses espaces ? Le catalogue 2.0 et derrière lui les fonctions de gestion de l'inscription en ligne vont permettre de quantifier cette fréquentation distante, d'analyser ceux des services en ligne et des ressources numériques qui sont sollicités, de dégager les pratiques des usagers occasionnels et celles des usagers fidélisés... Dans le respect de l'anonymat, tout se passant par transaction informatique, la bibliothèque va disposer d'une masse considérable d'informations sur les usagers distants. Potentiellement, elle pourra mieux les connaître que les usagers dans les murs.

Promouvoir les ressources de la bibliothèque, modifier l'image de celle-ci grâce à l'emploi d'outils conformes aux nouveaux standards du Web, mieux connaître les usagers distants et mieux comprendre leurs attentes, voilà les principaux enjeux associés à la mise en œuvre du catalogue 2.0. Rappelons toutefois que celui-ci n'est pas en mesure à lui seul d'infléchir les inquiétantes évolutions de l'inscription en bibliothèque. Pour obtenir des résultats durables et reconquérir les nouvelles générations, il faut en parallèle proposer une nouvelle offre de ressources en ligne, notamment de la musique et de la vidéo téléchargeables et définir une offre de services à distance adaptée aux contraintes et aux nouvelles

exigences des *digital natives*. Réservation et fourniture des documents à domicile, redéfinition de nouveaux horaires d'ouverture (plus tard le soir, le dimanche !)... sont des moyens d'action probablement tout à fait complémentaires et incontournables pour séduire les moins de 30 ans. Enfin, il faudra probablement que la bibliothèque fasse connaître ces évolutions multiples en étant présente dans les réseaux sociaux que fréquentent assidûment les nouvelles générations (Facebook, MySpace...). La bibliothèque ne doit pas simplement changer ses outils, son offre de ressources et son offre de services, il lui faut également modifier la représentation que se font d'elle de nombreux Français, jeunes et moins jeunes.

### **La présence sur les réseaux sociaux : faire savoir que la bibliothèque a changé**

Brièvement évoquée ci-dessus, la présence dans les réseaux sociaux correspond à des enjeux divers et variés. C'est d'abord un enjeu d'image : il faut donner à voir la maîtrise des outils des nouvelles générations et la prise en compte de leurs pratiques d'information ; présente sur Facebook, la bibliothèque devient un acteur du numérique, crédible et sympathique, qui adopte les codes des jeunes générations. C'est également un enjeu de maîtrise d'un nouveau canal d'information ; les réseaux sociaux permettent à peu de frais de faire connaître les animations de la bibliothèque. Modification de l'image de l'institution et économie de moyen sont associées à la présence de la bibliothèque sur ces réseaux sociaux et s'inscrivent dans un objectif de reconquête des publics. Voilà pour la présence sur les réseaux généralistes mettant l'accent sur la communication entre personnes. D'autres réseaux généralistes privilégient le partage de ressources (signets, photos...). Là encore, l'enjeu d'une présence de la bibliothèque semble en rapport avec la reconquête de publics, locaux et distants, découlant notamment d'une meilleure visibilité sur le Web et ne concerne pas directement le

catalogue.

Restent les réseaux spécialisés comme les sites de partage de lecture de type Zazieweb, Babelio ou Librarything. La présence de la bibliothèque sur de tels réseaux peut s'inscrire dans la même logique que pour les réseaux généralistes : se faire connaître d'un public potentiel ou mettre à profit l'outil pour dialoguer avec certaines catégories d'utilisateurs. Ainsi de nombreuses bibliothèques se servent de Librarything pour animer des clubs de lecture. Ces sites sont susceptibles de fournir un autre service tout à fait appréciable : la mutualisation des critiques et leur intégration dans les opacs de nouvelle génération grâce à la mise en œuvre des web services proposés par ces sites. Si l'on en croit la règle des blogueurs, sur 100 lecteurs du blog, 10 contribuent occasionnellement et 1 produit la majeure partie des contenus, il faut craindre une certaine pauvreté des contributions des utilisateurs ou - pire encore pour un service public - la captation du site par un groupe de contributeurs réduit mais extrêmement actif. La plupart des catalogues 2.0 déployés en France illustrent bien la rareté et la pauvreté des contenus créés par les internautes. Il est donc fort précieux de pouvoir solliciter des contenus créés par de larges populations d'utilisateurs et mutualisés au sein de quelques sites de partage de lectures. Cela évitera - comme on le voit bien souvent - de solliciter les contenus généreusement offerts par Amazon.com et dont nul ne connaît le processus exact de production.

Dans le meilleur des mondes, les sites de partage de lectures ne seraient d'ailleurs pas investis uniquement par des utilisateurs des bibliothèques, ils seraient également pris d'assaut par les bibliothécaires qui s'en serviraient pour se partager la charge des critiques et des conseils de lecture. Alors que les Français reconnaissent aux bibliothèques une qualité importante - leur capacité à constituer des collections de qualité - abandonner aux utilisateurs critiques et conseils de lecture sans mobiliser les bibliothécaires sur ces tâches paraît tout à

fait paradoxal. On peut d'ailleurs craindre que la multiplication de critiques inégales ou sans intérêt, produites par des usagers pressés et rédigées bien souvent à la manière d'un SMS, finissent par brouiller l'image des bibliothèques.

### **Un catalogue essentiel dans l'entreprise de refondation des bibliothèques**

Dans la stratégie de reconquête des publics que mettront en œuvre les bibliothèques, l'apport du catalogue 2.0 est donc important mais non déterminant, il constitue une condition nécessaire mais pas suffisante. Il va falloir en parallèle redéfinir la politique d'acquisition, la politique de services et la politique de communication. L'ampleur des travaux est telle qu'il s'agit en fait d'une véritable refondation de la bibliothèque. La tâche peut paraître lourde. Elle sera également délicate car elle chamboule de nombreuses pratiques professionnelles qui sont au cœur du métier. Sans outrer le propos, c'est une véritable révolution culturelle qu'il faut conduire. Les bibliothécaires vont devoir penser les besoins des usagers qui ne viennent pas, en s'interdisant de s'appuyer dans cette tâche sur la représentation des usagers qui fréquentent les murs. C'est un travail qui mobilise certes des compétences bibliothéconomiques mais aussi des savoir-faire que possèdent plutôt les sociologues et les responsables du marketing. Il va falloir également servir les usagers distants sur un pied d'égalité avec les usagers dans les murs. Enfin, il va falloir sortir les bibliothécaires des murs de leurs établissements afin de les faire aller au-devant de ces nouvelles générations. Il faudra également installer chez les usagers l'image de bibliothécaires parfaitement familiarisés avec les pratiques culturelles et d'information des *digital natives*.

Marc Maisonneuve



## Bien choisir le fournisseur d'avis, de critiques ou d'analyses des documents du catalogue

Lors du choix d'un réservoir de contenus, le bibliothécaire doit se poser quelques questions.

- Les contenus créés sont-ils bien en recouvrement avec les collections de ma bibliothèque ? Vais-je bien trouver les commentaires, résumés, critiques et analyses correspondant aux documents que la bibliothèque acquiert ?
- Quelle est la valeur de ces contenus ? Sont-ils produits par des professionnels du livre, par des amateurs éclairés, par des néophytes... ? Quels sont les profils de la communauté des contributeurs ? Les contributions sont-elles dégagées de toute logique commerciale ?
- Quels sont mes droits d'utilisation des contenus récupérés que je souhaite intégrer à l'opac ? Puis-je seulement les afficher ? Le système de gestion de bibliothèque peut-il les enregistrer puis les indexer afin de recherche sur les mots significatifs du texte ? Ces contenus sont-ils imprimables ?
- Quelles sont mes obligations ? Dois-je citer le site qui fournit ces contenus ? Dois-je prévoir un lien vers ce site ? à quel moment : dès que j'affiche le moindre contenu provenant de ce site ? sur la page d'accueil du catalogue ? Ces obligations sont-elles en accord avec les exigences d'éthique de la bibliothèque ? avec son éventuel statut public ?
- Quels sont les services proposés en matière d'enrichissement du catalogue ? Puis-je privilégier les contenus du site produits par des professionnels ou privilégier ceux des autres types de contributeur ? Des filtres sont-ils proposés par exemple pour réduire le nombre de critiques récupérées pour un document ?
- Quels sont les solutions techniques mises en œuvre par le site pour fournir ces contenus ? S'agit-il de web services ?
- Le système de gestion de bibliothèque sait-il bien récupérer ces contenus ? Sait-il bien en gérer l'affichage ? Permet-il de respecter les obligations de citation et d'encadrer strictement l'usage de ces contenus ?

Quelques sites permettant d'enrichir l'opac d'avis, de critiques ou d'analyses des documents catalogués

	Adresse du site	Présentation du site
France	<a href="http://www.zazieweb.fr">www.zazieweb.fr</a>	Créé en juin 1996, Zazieweb est le premier site de partage de lectures. Il compte 21 000 lecteurs référencés dont un grand nombre de professionnels du livre et propose plus de 20 000 notes de lecture. Les critiques sont de qualité et modérées. En 2009, Zazieweb a suspendu son activité.
	<a href="http://www.amazon.fr">www.amazon.fr</a>	La grande librairie en ligne offre un service gratuit permettant la récupération des contenus visibles sur son site.
	<a href="http://www.babeltheque.com">www.babeltheque.com</a>	Offrant l'accès aux contenus produits par Babelio (environ 10.000 usagers inscrits), Babelthèque est le nom du service proposé aux bibliothèques.
	<a href="http://www.agoradeslivres.com">www.agoradeslivres.com</a>	L'Agora des livres recense un bon millier de contributeurs et quinze mille notes de lecture. Un service destiné aux bibliothèques et permettant l'enrichissement de leurs catalogues est à l'étude.
	<a href="http://www.libfly.com">www.libfly.com</a>	Portail communautaire lancé par Archimed en 2008, LibFly se veut en « lien direct avec les partenaires du domaine du livre et en particulier les bibliothèques ». Le site bénéficie de l'expertise d'Archimed dans la conception des sites web.
Monde anglo-saxon (Etats-Unis, Grande-Bretagne, Australie...)	<a href="http://www.librarything.fr">www.librarything.fr</a>	LibraryThing est une société américaine au capital de laquelle participe le <i>Cambridge Information Group</i> , également propriétaire de <i>Bowker</i> qui diffuse désormais le service <i>LibraryThing for Libraries</i> . Bien que <i>LibraryThing</i> compte plusieurs milliers de contributeurs francophones, les contenus demeurent principalement en anglais et concernent essentiellement l'édition anglo-saxonne.
	<a href="http://www.bowker.com">www.bowker.com</a>	Les services <i>Syndetic Solution</i> et <i>Syndetics ICE</i> offrent l'accès à des contenus produits par des professionnels, dont des analyses. Ces services sont disponibles pour l'édition anglo-saxonne et de manière plus limitée pour l'édition hispanique.
	<a href="http://bibliocommons.com">http://bibliocommons.com</a>	Cette société canadienne dispose d'un site de démonstration fonctionnant sur le catalogue de la bibliothèque publique d'Oakville <a href="http://www.opl.bibliocommons.com/dashboard">www.opl.bibliocommons.com/dashboard</a> .