

Zeitschrift: Arbido
Herausgeber: Verein Schweizerischer Archivarinnen und Archivare; Bibliothek Information Schweiz
Band: - (2012)
Heft: 4: Social Media und Bibliotheken = Médias sociaux et bibliothèques = Social media e biblioteche

Buchbesprechung: La Bibliothèque nationale de France sur les réseaux sociaux [Walter Galvani]
Autor: Gillioz, Stéphane

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 12.04.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

tionsweise und die einsetzbaren Technologien interessiert, ist mit einem aktuelleren Buch zu einem Teilthema wie Blogging, Video, Web Feed, Wikis und Podcasts besser bedient.

Ein wesentlicher Aspekt des Social Web kommt bei Kaiser zu kurz. Das Soziale der sozialen Netzwerke wird im Buch zu wenig ausgeleuchtet. Die Methoden der Netzwerkanalyse der modernen Soziologie wäre ein geeignetes Instrument gewesen, um die strukturelle Einbettung der sozialen Netzwer-

ke in die sozialen Kommunikationsprozesse zu analysieren. Die Informationsgesellschaft entwickelt sich zur Netzwerkgesellschaft. Die Literatur hat sich dieses Themas längst angenommen, wie der niederländische Kommunikationswissenschaftler Jan van Dijk in seinem Buch *The Network Society* (Sage Publication 2006) im siebten Kapitel ausführlich dargelegt hat. Hier wird deutlich, dass die Arbeit von Ronald Kaiser im Jahr 2007 ursprünglich als Studienarbeit konzipiert war und im Jahre 2012 in Teilen überholt ist.

Simon Verlag: gibt jungen Autoren eine Chance

Trotz dieser Kritik ist dem Simon Verlag hoch anzurechnen, dass er den jungen Autoren Gelegenheit geboten hat, sich mit ihren Publikationen an ein breites Fachpublikum zu wenden. Es ist zu hoffen, dass weitere Bücher zu aktuellen Bibliotheksthemen in gleichermassen sorgfältiger überarbeiteter Weise erscheinen mögen wie die Publikation von Ingo Caesar. Die Neuerscheinungen im Simon Verlag wird man auch künftig mit Interesse verfolgen.

La Bibliothèque nationale de France sur les réseaux sociaux

Stéphane Gillioz

Walter Galvani

Presses de l'enssib, 2012

Disponible online:

www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/document-56706

Le constat

L'auteur rappelle que les bibliothèques ont investi depuis longtemps maintenant l'espace numérique sous les formes les plus variées. «Mais alors que dans le cadre de ce qu'on qualifie de web 2.0, les usages sociaux (participation des visiteurs aux sites au moyen de commentaires, annotations, folksonomie, liens etc.) ne constituaient qu'une part de l'activité de ces sites, l'individu et ses relations sociales constituent à présent eux-mêmes l'objet, l'activité centrale ou plutôt le mode d'organisation même des plates-formes qui, comme Facebook ou Twitter, connaissent une croissance soudaine et irrésistible. Au point que la notion de «réseau social» qui avait été développée par des sociologues ou des anthropologues pour décrire et théoriser des formes spécifiques d'interactions au sein des groupes est désormais pour le plus grand nombre la façon commune de désigner Facebook ou Twitter. L'es-

sor considérable pris par ces sites et ces nouveaux usages d'internet a quelque chose d'étonnant et interpelle nécessairement ceux qui suivent les évolutions sociales. Les politiques, les entreprises s'en servent comme d'un nouveau mode de communication plus direct, moins formel et impersonnel. Ces réseaux ont joué un rôle inattendu et décisif lors de récents événements comme les révolutions du «printemps arabe» ou le mouvement des «indignés» en Espagne révélant leur potentiel subversif et leur portée politique.»

Il se pose ensuite la question, classique dans ce contexte comme on aura pu le constater à la lecture du présent numéro d'arbido, de savoir ce que la Bibliothèque nationale de France peut attendre d'une présence sur ces réseaux sociaux.

Et de rappeler que «ces usagers d'un nouveau genre» forment «le public le moins captif qui soit mais aussi le plus difficile à appréhender car il peut se présenter sous des pseudonymes, des avatars, des identités multiples et mouvantes.» L'enjeu en vaut néanmoins la chandelle selon l'auteur car «malgré l'aspect encore expérimental de cette présence en ligne pour la Banque nationale de France, l'exigence demeure du renouvellement des rela-

tions avec les usagers in situ ou en ligne. Car, si de façon générale la sociabilité évolue ainsi que la notion même d'espace public, si les relations que les individus tissent entre eux en face à face ou à distance, prennent des formes neuves, les bibliothèques, et plus particulièrement celle qui en incarne la figure la plus institutionnelle, doivent nécessairement en tenir compte et s'adapter à ces évolutions pour espérer revivifier leurs relations aux publics. C'est de cette analyse des formes prises par les échanges que nous pourrions éventuellement tirer quelques propositions de changement.»

Ce que ne sont pas les réseaux sociaux

Le mémoire de Walter Galvani reprend les principales thématiques et questions qui intéressent les bibliothèques ouvertes à ces nouvelles plateformes. Il propose tout d'abord une analyse fouillée de l'origine de la notion de «réseau social», où il précise notamment ce que les réseaux sociaux ne sont pas. Ils ne sont pas des blogs, car «ce qui distingue les réseaux sociaux des blogs, c'est qu'ils ne sont pas articulés autour d'un thème ou d'une personne particulière mais autour des relations. En fait, bien qu'ils puissent héberger des pages rédigées par leurs membres, les réseaux

sociaux ne sont pas orientés vers le contenu mais vers la mise en relation de l'utilisateur qui possède un compte ou une page et d'autres utilisateurs.» Ils ne sont pas non plus des agrégateurs, «ces outils qui permettent de sélectionner, rassembler, ordonner des contenus provenant des sources les plus diverses au moyen des flux RSS sous l'aspect d'une page offrant une vue synoptique.» En effet, «les réseaux sociaux isolent les liens, sélectionnent de façon subjective et non automatique l'information tout en laissant une grande part à la fantaisie du moment, aux hasards, aux rencontres et à la conversations à bâtons rompus.»

Les réseaux sociaux ne sont pas davantage des plateformes de partage de contenus multimédia, car «les sites de partage de contenu, notamment photos ou vidéos, tels que Flickr, YouTube ou Dailymotion, ..., se distinguent eux aussi des réseaux sociaux en ce que là encore l'accent est clairement placé sur les contenus à partager bien plus que sur l'identité de ceux qui effectuent le partage.»

En résumé, «ni les blogs, ni les agrégateurs ni les plates-formes de partage en ligne ne sont fondamentalement orientés vers le «friending» qui au contraire constitue l'originalité profonde des réseaux sociaux comme Facebook ou Twitter.»

Les visages de la Bibliothèque nationale de France

L'auteur présente dans la deuxième partie de son ouvrage un panorama de la présence de la Bibliothèque nationale de France sur les réseaux sociaux. L'institution l'est d'abord sur Facebook «pour informer le public»: deux pages Facebook sont des comptes d'ordre «générique» pour ainsi dire: la page «BnF-Bibliothèque nationale de France» et la page «BnF Haut-de-jardin». Une autre est destinée à un public spécifique: le public scolaire. Elle utilise Facebook également pour valoriser le patrimoine, avec trois comptes Facebook émanant de la BnF s'assignent plus spécifiquement comme priorité la valorisation des collections patrimoniales: la page «Gallica», la page «Arlequin - BnF Arts du spectacle» ainsi que «la bibliothèque numérique des enfants».

L'institution utilise également Twitter, dont il existe deux comptes à ce jour: un compte «LaboBnf» et un compte «GallicaBnf».

Stratégie et ressources humaines

Avant d'aborder la question des stratégies à adopter et des ressources humaines, l'auteur souligne que la présence sur ces réseaux sociaux «reflète un indispensable travail de coordination de la communication.» La composition des équipes est donc importante dans ce contexte. Elles doivent être composées d'animateurs «compétents, engagés dans la durée, formés, responsabilisés sur le contenu qu'ils transmettent». Il s'agit ensuite de dépasser rapidement le stade expérimental par la mise en place d'un groupe d'experts «afin de coordonner les projets» et d'éviter les initiatives spontanées.

Les perspectives d'évolution

Walter Galvani met enfin le doigt sur la question cruciale – et lancinante – de l'efficacité des réseaux sociaux pour les bibliothèques et les perspectives d'évolution qu'ils promettent.

Son constat est en même temps une incitation à la prudence qui devrait être de mise sur ce nouveau terrain qui s'offre aux institutions spécialisées dans l'information: «Ce n'est pas seulement du point de vue de la BnF que la présence sur les réseaux sociaux est expérimentale, mais aussi du côté des utilisateurs dont la présence est parfois fugace et les motivations difficiles à appréhender. Nous avons pu en faire l'expérience car en dépit de nos efforts, très peu d'entre eux ont répondu à nos demandes concernant leurs pratiques et leurs attentes concernant les liens socionumériques qu'ils ont établis avec la BnF. L'échantillon est si limité que nous ne pouvons l'utiliser. Nous nous appuyons sur d'autres données, elles-mêmes fragmentaires. Il ne faut donc pas perdre de vue qu'en raison de la base étroite, fragile de ces chiffres, les conclusions que nous tirerons seront nécessairement provisoires et sujettes à révision.»

Malgré ce flou et les difficultés de se projeter, l'auteur estime que «la présence de la Bibliothèque nationale de France sur les réseaux sociaux s'impose désormais dans la mesure où ces der-

niers constituent un mode d'accès privilégié à une information filtrée par l'intérêt d'autrui. Dans la pratique, les différences entre usagers en ligne et usagers hors ligne tendent à s'estomper voire à disparaître. L'internet nomade représente aujourd'hui un secteur en pleine expansion. Le développement des smartphones, après celui des netbooks, et avant éventuellement celui des tablettes ou des liseuses, témoigne de l'attente d'un public connecté en permanence, pour qui entrer en bibliothèque ne signifie nullement se couper du monde environnant ni s'isoler dans la lecture des seuls imprimés.»

Conclusion

La conclusion de Galvani mérite d'être citée in extenso, car elle résume bien l'attitude qui devrait prévaloir en matière de réseaux sociaux et de leur utilisation par les bibliothèques:

«Ni diabolisation des réseaux sociaux ni enthousiasme excessif, cette conclusion en demi-teinte n'est-elle pas une façon de se réfugier derrière un commode «juste milieu»? Tel n'est pas notre propos. Les bibliothèques ont tout intérêt à montrer qu'elles savent s'adapter aux évolutions en cours, les faire servir à leurs propres fins et à se rapprocher d'un public à la fois distant et très proche: à simple portée de souris. En saisissant l'opportunité offerte par les réseaux sociaux, les équipes de la BnF contribuent à faire évoluer les représentations de l'établissement. En personnalisant les relations avec des usagers moins anonymes, ils donnent corps à une présence virtuelle qui sans cela risquerait de rester distante, éloignée des usages. Cette nouvelle incarnation de la bibliothèque est également un moyen de s'adapter aux mutations des pratiques et des besoins, de penser les collections en relation constante avec des usages et non comme un dépôt inerte. C'est une chance à saisir pour revivifier le métier de bibliothécaire. Et à supposer même que les réseaux sociaux soient un phénomène éphémère, ils auront néanmoins servi de laboratoire pour d'autres modes d'intervention. On a pu observer que l'animation sur les réseaux sociaux suppose une bonne connaissance de codes spécifiques, de règles non écrites mais fortes: cela ne s'improvise pas. Il est difficile, si on ne suit pas le rythme des innovations, de s'y mettre après coup – et il est risqué de passer à côté de changements majeurs.»