

Les médias sociaux au service de la valorisation du patrimoine écrit

Bien plus qu'une simple technologie ou un vulgaire accessoire de mode, les médias sociaux offrent de nombreux outils aux services d'archives pour communiquer avec des publics différents et développer des stratégies de valorisation adaptées aux nouveaux usages d'Internet. Les nombreuses initiatives lancées au cours des trois dernières années en France témoignent de la diversité des usages qui peuvent aller de la simple diffusion d'actualités d'un service à la transcription de manuscrits. L'AAF vous propose de découvrir quelques exemples concrets.

Dossier élaboré par



Cyril Daydé

Conservateur
Ministère des

Affaires étrangères
cyril.dayde@
diplomatie.gouv.fr



Lourdes

Fuentes-Hashimoto

Responsable des
archives électroniques

Ministère des
Affaires étrangères
lourdes.fuentes-hashimoto@
diplomatie.gouv.fr



Les logotypes de différents médias sociaux. © Simplyfly.

À la charnière des années 1990 et 2000, l'amélioration des performances techniques des ordinateurs a été mise au service de technologies innovantes visant à simplifier les interfaces des sites Internet et à fluidifier les interactions sur ce réseau ; c'est ce qu'il est convenu d'appeler le « Web 2.0 ». Les possibilités de la création numérique, le désir d'entretenir ses relations personnelles et la nécessité de se constituer un réseau professionnel ont tiré parti de ces fonctionnalités à travers les médias sociaux, sites participatifs constitués d'un ensemble d'identités sociales (personnes physiques, morales voire fictives) reliées entre elles et structurées par des liens formalisés impliquant partage et échange autour de centres d'intérêt communs. Derrière ce terme générique de « médias sociaux » se cache une multiplicité de sites offrant des fonctions variées. Certains outils, comme Delicious et Netvibes, permettent la sauvegarde et le partage de signets et de flux RSS organisés par mots-clés. D'autres vont plus loin en promouvant le partage de contenus multimédia, tels Flickr, Picasa et Pinterest pour les images fixes, YouTube et Dailymotion pour les vidéos. Les blogs et forums, espaces publics d'expression privée, sont les sites emblématiques du Web 2.0 où le texte domine largement, parfois complété par l'image. Les plate-formes les plus populaires sont Dotclear, Wordpress, OverBlog, Skyblog et Blogger. Parmi les réseaux sociaux proprement dits, Twitter se distingue comme un outil de microblogage qui permet à l'utilisateur d'envoyer des messages de 140 signes maximum aux internautes abonnés à son compte, ainsi que de lire les messages courts des utilisateurs auxquels il est lui-même abonné. Des mots-dièse ou # identifient les sujets de conversation qui font l'actualité. Les réseaux d'anciens élèves constituent une sous-catégorie à part entière ; on compte parmi eux Trombi.com et Copains d'avant. Facebook s'inspire de la pratique du trombinoscope chère aux étudiants : chaque inscrit crée son profil et coopte son réseau d'amis à l'intérieur duquel il partage son humeur du moment, ses photos, ses articles, ainsi que des liens vers d'autres pages. Il dispose en outre d'une messagerie instantanée ou différée ainsi que d'un choix d'applications gratuites ou payantes, par exemple des jeux ou des services d'information. L'application Google+, dernière arrivée sur le marché, affichait l'ambition de surpasser ses concurrentes grâce à son interfaçage avec les autres outils de la firme (Picasa, YouTube, Gmail) et à la possibilité de subdiviser son réseau de connaissances en différents cercles d'amis. Une autre sous-catégorie est celle des réseaux dédiés à la promotion de son profil professionnel, parmi lesquels Viadeo et LinkedIn. Enfin, le réseau Myspace met à disposition de ses utilisateurs un espace Web personnalisable ●●●

Les Archives diplomatiques sur Facebook

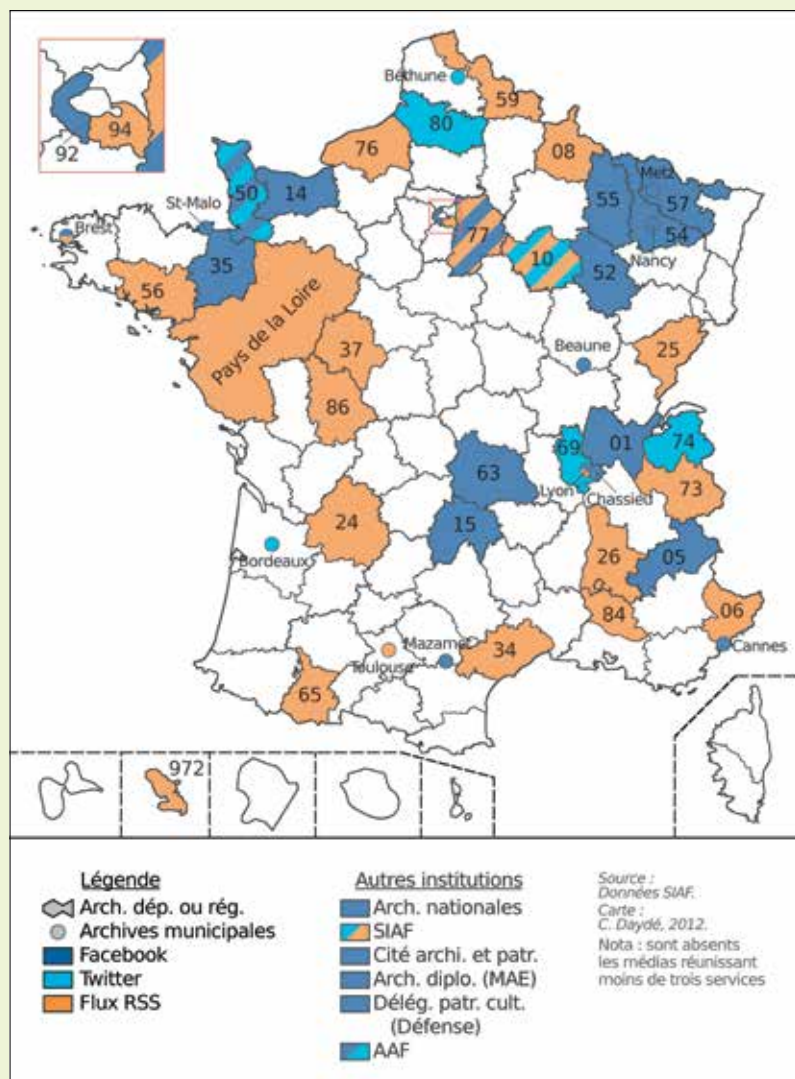


À l'été 2011, le ministère des Affaires étrangères a décidé d'encourager ses agents à développer leur réseau, notamment pour les agents des ambassades et consulats près desquels les communautés d'expatriés français cherchent un lien avec leur culture familière. L'accès aux médias sociaux sur les postes de travail, jusqu'alors filtré par la direction des Systèmes d'information, a donc été autorisé. Dès l'automne, un premier projet d'engagement était à l'étude à la direction des Archives. Au terme d'une période de définition de la ligne éditoriale, la page Facebook *Archives diplomatiques*¹ a vu le jour au printemps 2012. Le schéma retenu pour la gestion de cette page est pyramidal : quatre administrateurs (trois sur le site de La Courneuve et un au centre des Archives diplomatiques de Nantes) se répartissent l'harmonisation et la publication des contenus reçus de leur réseau de correspondants Facebook constitué d'une dizaine d'agents, un ou deux dans chacun des services. L'implication des ateliers de photographie et numérisation et de la division géographique vise à diffuser des contenus à forte valeur ajoutée, c'est-à-dire des productions internes illustrant les savoir-faire des photographes et cartographes de la direction. Entre deux et dix publications sont ainsi diffusées chaque semaine, selon la densité de l'actualité. Afin de ne pas alourdir et ralentir le fonctionnement, la hiérarchie fait confiance *a priori* sur le choix et la présentation des contenus ; une double modération est appliquée : en interne par les administrateurs et en externe par la direction de la Communication et du porte-parolat du ministère. Mais, à ce jour, aucune modération n'a été nécessaire. Loin d'être un simple gadget pour quelques agents, la présence des Archives diplomatiques sur les médias sociaux s'inscrit dans une politique globale de rénovation des relations avec le public et de plus grande proximité avec les usagers, anciens ou nouveaux. Rappelons notamment l'inauguration d'un nouveau bâtiment à La Courneuve à l'été 2009, la mise en production d'un nouveau système d'information archivistique (SIA) au printemps 2012 et enfin le lancement d'un nouveau site Internet institutionnel au dernier trimestre 2012. Le SIA, le site Internet et la page Facebook relèvent d'une même démarche, à savoir celle des services à distance que la direction souhaite offrir à ses internautes pour proposer la gamme la plus adaptée et la plus complète possible. ■

Cyril Daydé



(1) www.facebook.com/Archives.diplomatiques



Réseau des archives publiques et utilisation des médias sociaux (automne 2012). © Cyril Daydé.

●●● sur lequel ils peuvent tenir un blog et présenter en ligne leurs créations artistiques : photographies, vidéos, fichiers musicaux. Quant à l'encyclopédie Wikipédia, ce n'est pas un média social au sens strict mais sa philosophie de fonctionnement en fait une parfaite illustration de l'esprit du Web 2.0, puisqu'elle promeut la diffusion de la connaissance de façon collaborative et par le biais de ressources librement utilisables. Plusieurs services d'archives partagent ces vues et projettent une collaboration formalisée avec la fondation Wikimédia France.

La fréquentation de ces sites s'est fortement accrue ces cinq dernières années, au fur et à mesure que l'évolution de l'offre, influencée par celle des goûts des internautes, a façonné le paysage que nous connaissons aujourd'hui. Les professionnels du patrimoine, dont les archivistes, se sont d'abord approprié ces nouveaux outils à titre privé,

avant de comprendre quels bienfaits ils pourraient en tirer dans l'exercice de leurs missions professionnelles de valorisation. En effet, sur le schéma traditionnel du service institutionnel où les citoyens peuvent se rendre spontanément selon leurs besoins, les médias sociaux nous permettent de greffer un schéma additionnel dans lequel l'archiviste propose une offre accessible à distance.

On a parfois exagéré l'apport révolutionnaire de ces nouveaux outils, notamment si l'on songe aux nombreux sites Internet institutionnels des services d'archives comportant des collections numérisées et des bases de recherche variées. Néanmoins, l'interaction inhérente aux médias sociaux assouplit une relation unilatérale dans laquelle les archivistes seraient les seuls prescripteurs, et les internautes des consommateurs passifs. Car les usagers peuvent non seulement exprimer leur enthousiasme ou leur frustration, mais encore échanger entre eux leur avis et leur savoir, sous le regard expert de l'archiviste. Ce dernier trouve là une chance inouïe d'affiner son offre pour remplir plus pleinement encore sa mission de service public. Un intérêt supplémentaire réside dans la possibilité offerte à l'internaute curieux de flâner et butiner parmi les ressources mises à sa disposition, sans forcément chercher un document précis. En somme, les principaux avantages que nous pouvons retirer de l'utilisation des médias sociaux sont tout d'abord une visibilité renforcée des informations que nous diffusons, la création accrue d'échanges et de réactions, et surtout l'instauration d'une nouvelle relation dans laquelle nous prenons l'initiative sans paraître prescrire de façon trop impérieuse. La question que nous devons nous poser désormais n'est pas celle de la préférence ou du choix entre sites Internet et médias sociaux, mais bien au contraire l'articulation entre deux outils complémentaires. L'idéal serait de trouver le bon équilibre qui rend justice à la richesse de nos fonds et de nos actualités, tout en évitant les redondances. Par ailleurs, le choix des contenus mis en ligne sur les médias sociaux doit être d'autant plus prudent que la publication suppose l'acceptation de clauses d'utilisation de ces contenus par les sociétés gestionnaires de ces sites.

Les institutions d'archives n'ont évidemment pas le monopole de l'utilisation de ces médias sociaux, ni même les institutions françaises, si l'on songe aux initiatives de nos collègues de la BnF ou de la BAnQ (Canada), qui proposaient déjà des services et du contenu à distance et ont franchi le pas en créant une véritable identité numérique. Cependant, la présence des services d'archives départementales et municipales, voire régionales ou à vocation nationale est désormais très visible, comme le prouve la carte ci-contre. La géographie de cette présence répond à

des situations locales différentes où choix politiques et scientifiques et existence ou non de services en ligne sur le site Internet préexistant expliquent les disparités. En aucun cas la présence ou l'absence sur les médias sociaux ne saurait être interprétée seule comme une preuve de dynamisme ou d'inactivité de la part des services concernés !

Le Service interministériel des Archives de France recense sur son site¹ les initiatives en la matière : une trentaine de services a opté pour Facebook, une dizaine pour Twitter, une vingtaine a mis en place des flux RSS, tandis que Wikimedia, Dailymotion, Flickr, Pinterest et les blogs récoltent quelques participations isolées. Parmi les plus beaux succès en la matière, le cas des Archives départementales de la Manche est le plus fréquemment cité, tant pour la variété de leur présence (Facebook, Twitter, Pinterest) que pour le dynamisme de leur activité. Les Archives municipales de Lyon et les Archives départementales des Alpes maritimes s'illustrent aussi par la variété de leurs contenus (notamment sur Dailymotion et Flickr). Les publications les plus largement plébiscitées sont les informations pratiques, les annonces scientifiques et les images de documents prestigieux (souvent anciens) ou insolites dont l'identification nécessite une connaissance approfondie. La qualité des contenus sélectionnés et le ton généralement humoristique employé par les agents qui se chargent – entre autres activités professionnelles – de l'animation de ces pages sont les meilleurs garants d'une participation active des internautes, parmi lesquels un petit groupe d'habitues se détache souvent. Mais la grande masse des visiteurs qui flânent sur ces pages ne laisse que peu de trace dans les statistiques... Enfin, il n'est pas rare de voir un archiviste visiter la page d'un autre service que le sien, et se tenir ainsi informé du travail de ses collègues.

La possibilité légale récemment ouverte à des acteurs privés de réutiliser les données publiques à des fins commerciales prouve d'une part l'existence d'une demande du public pour les contenus produits par les services publics, et d'autre part l'existence d'une critique du monopole de ces services comme prescripteurs de la valeur patrimoniale. Si le sujet divise la profession, entre défenseurs convaincus et sceptiques craignant les effets pervers d'une concurrence déloyale, la nouvelle relation permise par l'utilisation des médias sociaux peut offrir déjà, sinon une solution définitive, du moins un premier élément de réponse. ■

Cyril Daydé



(1) www.archivesdefrance.culture.gouv.fr/ressources/medias-sociaux

Les Archiveilleurs : bilan d'une expérience de veille collaborative



© The U.S. National Archives.

Depuis avril 2010, une douzaine d'archivistes français, québécois et suisses partagent avec leurs pairs leurs trouvailles sur l'actualité archivistique internationale sur Internet ; ce sont « les Archiveilleurs ». Chaque semaine, ils signalent des ressources en ligne qui peuvent intéresser notre communauté professionnelle, sans commentaire et sans prétention. Cette veille collaborative est produite dans un cadre informel, indépendant de toute institution et grâce à des outils disponibles gratuitement en ligne. De par le profil des contributeurs, les informations partagées traitent en majorité des questions numériques (archives électroniques, numérisation, valorisation en ligne, etc.), mais les Archiveilleurs sont prêts à recevoir des contributions qui pourront élargir ces actualités, dans le respect de leur charte éditoriale. Cette initiative est un exemple concret d'utilisation des médias sociaux ayant permis de créer un nouveau service. L'« archi-veille » est diffusée par courriel, flux RSS, et sur les réseaux sociaux à une liste de plus de 3 300 abonnés aujourd'hui. Ce succès des Archiveilleurs reflète également le succès des médias sociaux auprès des différents publics. Abonnez-vous aux Archiveilleurs ! ■

Pour en apprendre davantage, ou proposer votre participation, rendez-vous sur www.souslapoussiere.org/archiveilleurs/

Alexandre Garcia
Records manager au CICR
agarcia@icrc.org



Wikisource, un outil pour transcrire et éditer des manuscrits



Depuis janvier 2012, les Archives départementales des Alpes-Maritimes expérimentent un partenariat avec Wikisource, la bibliothèque libre des projets Wikimedia. Les livres libres de droits y sont numérisés, OCRisés et les coquilles corrigées de façon collaborative. Au final, l'internaute dispose de textes téléchargeables et interrogeables en plein texte (80 000 textes en français en mars 2012).

Pour la première fois, Wikisource est utilisé pour publier des manuscrits. Est-il nécessaire d'en détailler les atouts ? Nul logiciel à mettre en place : tout est à votre disposition, gratuit, simple à l'usage, connu et pérenne. Wikisource permet de donner vie et accès à des *corpus* riches et trop longs pour une publication traditionnelle.

Le choix s'est porté sur une série de visites pastorales d'Ancien Régime, témoignage précieux et disert sur les villages, leur vie, leurs traditions, leurs monuments. Ce partenariat permet d'allier l'utile à l'agréable, l'apprentissage des écritures anciennes et la découverte du patrimoine local. Ce projet est nourri de travaux épisodiques d'étudiants et d'une toute petite communauté d'amateurs fidèles augmentée d'internautes occasionnels. Il avance au rythme de chacun, les contributeurs aguerris corrigeant avec bienveillance les contributions. Très vite, en dehors des devoirs d'étudiants, deux autres profils se dessinent :

- les amateurs d'exercices mensuels proposés par les Archives départementales entre novembre et avril, actifs surtout en hiver ;

- les érudits, universitaires ou archivistes éditent quant à eux des passages liés à leur commune, à un évêque, à un monument : ce sont les plus féconds et ils aiment parachever leur transcription ; chaque passionné peut trouver aux Archives une aide pour corriger ses transcriptions sur mesure en amont d'une mise en ligne en bloc sur Wikisource. Cette tendance se développe. La formule est copiable à l'envi. Correspondances, livres de raison, statistiques, visites, inventaires y auraient leur place... ■

POUR EN SAVOIR PLUS

Lieu de ralliement pour participer :

<http://fr.wikisource.org/wiki/WS:AD06>

Retour d'expérience, conseils pour monter un projet similaire, guide pour contributeurs débutants ou hésitants : <http://latribunedesarchives.blogspot.fr>

et www.cg06.fr/fr/decouvrir-les-am/decouverte-du-patrimoine/les-archives-departementales/paleographie-langues-regionales/paleographie/paleographie/

Hélène Cavalié
Directrice adjointe
Archives départementales
des Alpes-Maritimes



Les Archives départementales de la Manche sur Facebook



Entretien avec Jérémie Halais, responsable de l'action culturelle aux Archives départementales de la Manche.

Les archives départementales de la Manche ont été l'un des services pionniers à investir les médias sociaux. Leur page Facebook est très dynamique et propose de nombreuses ressources en ligne. Elle compte aujourd'hui un peu plus de 2 000 fans et a réussi à fédérer une véritable communauté autour des contenus partagés.

Entre le 1^{er} décembre 2010 et le 15 novembre 2012, 18 000 visites ont été générées par ce média social sur le moteur de recherche. Quantitativement, il s'agit d'une goutte d'eau car dans le même temps le site a enregistré 1 376 000 visites. En revanche, d'un point de vue qualitatif, la page atteint son objectif de recrutement d'internautes avec 40 % de nouvelles visites (contre 20 % pour l'ensemble du site). En moyenne, ces internautes ont consulté 27 pages et sont restés 12 minutes sur le moteur de recherche. Enfin, dernier point positif, le taux de rebond des internautes venus de Facebook est peu élevé puisqu'il n'atteint que 20 %.



●●● Pourquoi les archives de la Manche ont-elles décidé d'ouvrir une page Facebook ?

Notre objectif de départ était de donner plus de visibilité à des contenus mis en ligne, en dehors de l'état civil, et qui étaient peu consultés. Ces ressources étaient, par exemple, les 60 000 documents iconographiques disponibles sur le moteur de recherche (recherche.archives.manche.fr) et les articles de notre site Internet (archives.manche.fr). Facebook, dont il n'est pas nécessaire de rappeler les vertigineux chiffres de fréquentation, nous est vite apparu comme le meilleur moyen de propulser ces contenus et, au passage, d'élargir notre public tout en acquérant de nouvelles compétences liées aux usages du Web.

La création de cette page est-elle une initiative isolée ou s'inscrit-elle dans le cadre d'une stratégie de diffusion sur Internet plus large ? Y a-t-il une complémentarité avec le site Internet des Archives départementales ?

Dans un premier temps, l'ouverture de la page Facebook a été une initiative totalement isolée car nous n'étions pas certains que l'expérience serait positive. Cependant, elle a rapidement trouvé sa place dans une véritable stratégie de valorisation et de dissémination des contenus numériques. Progressivement, des boutons de partage ont ainsi été associés aux documents numérisés, un onglet a été ajouté sur la page Facebook afin d'interroger directement le moteur de recherche, un compte Twitter (@ArchivesManche) ainsi qu'un compte Pinterest ont, enfin, été ouverts. J'ajouterais, sans trahir un grand secret, que cette stratégie devrait atteindre sa vitesse de croisière en 2013 avec l'arrivée de nombreuses évolutions collaboratives et interactives sur le moteur de recherche.

La page Facebook a-t-elle transformé les relations du service d'archives avec les usagers ?

En bon normand, je vais répondre « oui et non ». Les politiques de description des archives et de numérisation n'ont pas été transformées pour les fans Facebook. En revanche, une culture du Web commence à poindre au sein du service avec la prise de conscience qu'une présence sur Internet nécessite une remise en question de nos méthodes de travail. Je veux dire par là que nous commençons à découvrir les attentes des publics sur Internet et des compétences nouvelles à acquérir afin de mieux communiquer (au sens archivistique du terme) nos collections sur la toile. Pour n'évoquer qu'une de ces compétences, je pose la question : combien d'inventaires d'archives, publiés sur le Web ont été rédigés afin d'être mieux référencés par Google ? Je crois sincèrement que publier un inventaire papier n'est pas la même chose que publier un inventaire sur Internet car nos lecteurs virtuels ont des usages qui diffèrent des publics fréquentant nos salles de lecture. ■

Entretien réalisé par
**Lourdes
Fuentes-Hashimoto**



L'AAF et les médias sociaux



L'évolution des usages d'Internet accompagné du développement des médias sociaux a encouragé le renouvellement de la stratégie de communication de l'AAF avec la création de blogs et sa présence sur les réseaux sociaux. En plus de ses deux outils de communication que sont le site Internet www.archivistes.org et la liste de discussion archives-fr, l'AAF s'est donc dotée en 2012 d'une page sur Facebook, d'un compte sur Twitter et d'un autre sur LinkedIn pour la commission Records management afin de développer sa visibilité sur Internet.

Une page sur Facebook

Créée le 7 février 2012 – 935 fans au 11 mars 2013 – adresse :

www.facebook.com/pages/Association-des-archivistes-français/274349255951328

Les objectifs de cette page sont d'améliorer la communication de l'AAF et de contribuer à sa visibilité en faisant la promotion de ses activités ; de fédérer et fidéliser le public ; de créer des liens avec d'autres associations d'archivistes, d'autres professionnels de l'information et avec des archivistes ; de faire vivre la communauté des adhérents et en attirer de nouveaux ; d'occuper un terrain déjà investi par eux.

La page Facebook permet ainsi de relayer des actualités tout en offrant la possibilité de mettre en valeur des ressources, et de s'ouvrir à d'autres communautés auprès desquelles soutenir les actions de communication, de lobbying et créer des échanges. Elle est un espace encourageant l'interaction.

Un compte sur Twitter

Créé le 6 juin 2012 – 644 abonnés au 11 mars 2013 – adresse :

https://twitter.com/Archivistes_AAF

Facebook a une avance considérable en termes d'inscrits et d'utilisation de son réseau mais ses utilisateurs restreignent souvent leurs informations et leurs statuts à la sphère privée. Avec Twitter, tout est public avec une grande part d'interactivité. Sur Twitter, sont touchées les personnes pratiquant déjà dans notre réseau habituel mais également un public non archiviste, dans une pratique de lobbying.

L'objectif principal de ce compte est de se créer un réseau et diffuser de l'information : Twitter est un excellent moyen pour entrer en contact avec de nouvelles personnes et ainsi élargir son réseau avec des individus que l'on n'aurait jamais rencontrés « dans la vraie vie » ou sur Internet. La réactivité y est forte car les vrais fans de Twitter sont toujours connectés. D'autres objectifs peuvent également être distingués : améliorer son référencement et générer du trafic vers le site et les blogs de l'AAF ; obtenir de l'aide facilement et rapidement ; faire la promotion de l'AAF.

Les thématiques abordées sont les mêmes que celles des blogs, de Facebook, de la liste de discussion ou du site mais avec en plus une réactivité importante et un ton plus amical ainsi qu'un compte-rendu en direct des journées auxquelles l'AAF participe (Live Tweet). ■

Les liens vers ces comptes sont visibles sur la page d'accueil du site internet de l'AAF.