

Christelle Di Pietro (dir.)

Produire des contenus documentaires en ligne Quelles stratégies pour les bibliothèques ?

Presses de l'enssib

Mémento

Christelle Di Pietro

DOI : 10.4000/books.pressesenssib.3107

Éditeur : Presses de l'enssib

Lieu d'édition : Villeurbanne

Année d'édition : 2014

Date de mise en ligne : 10 décembre 2018

Collection : La Boîte à outils

ISBN électronique : 9782375460603



<http://books.openedition.org>

Édition imprimée

Date de publication : 1 janvier 2014

Référence électronique

DI PIETRO, Christelle. *Mémento* In : *Produire des contenus documentaires en ligne : Quelles stratégies pour les bibliothèques ?* [en ligne]. Villeurbanne : Presses de l'enssib, 2014 (généré le 09 mai 2019).

Disponible sur Internet : <<http://books.openedition.org/pressesenssib/3107>>. ISBN : 9782375460603.

DOI : 10.4000/books.pressesenssib.3107.

Ce document a été généré automatiquement le 9 mai 2019.

Mémento

Christelle Di Pietro

- 1 Ce mémento a pour objet de synthétiser les principales étapes de la production de contenus telles qu'elles ont été énoncées par les auteurs de cette Boîte à outils.

Quelles étapes pour mettre en œuvre sa production de contenus ?

Élaborer un projet de service documentaire et une ligne éditoriale

- 2 La production de contenus en ligne ne peut être conçue sans le développement d'un projet documentaire global en phase avec le projet de service de la bibliothèque.
- 3 Cela passe idéalement par la définition préalable des objectifs documentaires de la bibliothèque, donc par l'élaboration d'une charte ou d'une politique documentaire qui fixe les grands objectifs des collections de la bibliothèque.
- 4 Le projet documentaire doit fixer des objectifs qui répondent à la fois à la demande des publics et au projet politique de la collectivité, qui doit être décliné dans le projet d'établissement. Un tel projet arrive donc au bout d'une longue validation institutionnelle qui fixe de façon précise les missions de la bibliothèque dans son contexte.
- 5 Le choix de production peut être envisagé dans un cadre institutionnel, c'est-à-dire sur le site Web de la bibliothèque, ou bien selon des identités propres et techniquement autonomes (blogs ou sites externes) qui offrent plus de souplesse et moins de formalisme dans les contenus.
- 6 Le projet doit s'appuyer sur une ligne éditoriale, véritable positionnement stratégique et philosophique, qui détermine le positionnement du contenu, ses objectifs de public, les sujets abordés, le ton et le style, la périodicité, les mentions de responsabilité. C'est un document à usage externe qui est connu de tous les rédacteurs. La ligne éditoriale est pérenne, elle fixe un projet à moyen ou long terme de production de contenus et fédère un lectorat en accord avec ses objectifs. Sauf modifications importantes des choix institutionnels, elle ne varie pas ou peu au fil des ans.

- 7 Cette ligne est généralement déclinée dans une charte éditoriale qui définit les règles de rédaction et de validation des contenus.

Déterminer des objectifs de productions et de publics

- 8 Les produits eux-mêmes peuvent faire l'objet d'une concertation en équipe où chacun peut exposer ses préférences et ses options, ainsi que son expérience en la matière. Le choix des types de produits est intimement lié aux objectifs généraux du projet : valorisation des collections, réponses aux demandes documentaires, fondation d'une communauté d'usagers, information sur le fonctionnement (blog de chantier par exemple), etc. On peut aussi fixer les règles de production qui vont être reprises dans la charte éditoriale.
- 9 Les objectifs de publics doivent être fixés en fonction de ceux qui sont bien sûr définis par les missions des bibliothèques, et éventuellement recentrés sur des publics spécifiques. Souvent les services en ligne visent les publics absents, ceux qui ne fréquentent pas régulièrement la bibliothèque mais pourraient en avoir un usage. C'est le cas des publics dits « empêchés » – personnes privées de la totalité des services offerts du fait d'un handicap ou d'une impossibilité de se déplacer (encore que la définition¹ de ces publics puisse être assez large en concernant ceux dont les horaires de loisir ne correspondent pas avec ceux proposés par la bibliothèque), étudiants et chercheurs qui doivent s'alimenter d'une grande quantité d'information sans avoir toujours le temps de se déplacer ou de procéder à des synthèses, ou bien encore le public qui veut confronter sa connaissance de l'actualité à des approfondissements circonstanciés.
- 10 Enfin, il est important de planifier la production tant en ce qui concerne la périodicité et la fréquence de publication que la programmation mensuelle voire annuelle. En ce qui concerne les réseaux sociaux, les créneaux horaires de publication sont importants : on constate davantage de trafic les soirs et les week-ends. Pour les dossiers en ligne, la durée de publication sera une donnée importante à déterminer dès la publication : à partir d'un certain volume, la production en ligne constitue une collection, elle doit donc faire l'objet d'une politique documentaire comme l'est la collection matérielle de la bibliothèque, en particulier en matière de dé-publication/dés herbage.

Définir une charte éditoriale et un *workflow*

- 11 La ligne éditoriale permet de rédiger une charte rédactionnelle, véritable manuel de rédaction, qui garantit la cohérence des contenus. Elle comprend l'ensemble des règles et procédures en matière d'édition, de rédaction, d'illustration, de typographie.
- 12 Elle fixe aussi les processus de validation de publication des contenus, le *workflow* : qui sont les rédacteurs ? Que rédigent-ils ? À quel rythme ? Qui valide et publie leurs contenus ? Ces questions sont particulièrement aiguës dans le cadre d'une publication en flux, comme cela est le cas sur les réseaux sociaux. L'instantanéité doit aussi être anticipée, et les éventuels problèmes doivent être gérés de façon objective et professionnelle.
- 13 La charte rédactionnelle définit également les règles en matière d'identité numérique du bibliothécaire : publie-t-il en son nom propre ou bien sous une identité professionnelle ? La bibliothèque est-elle identifiée en tant que telle ou disparaît-elle derrière l'identité du

service ? La construction d'une identité numérique propre s'avère souvent indispensable pour la bibliothèque soucieuse de fédérer une communauté spécifique.

Choisir des outils

- 14 Le choix de l'outil arrive en fin d'élaboration du projet, il ne doit pas être choisi avant que le cadre de production ait été fixé. Il doit correspondre aux besoins et ne pas imposer un mode de fonctionnement par défaut. Le Web 2.0 a vu l'émergence d'outils ergonomiques et faciles d'utilisation, souvent gratuits, qui peuvent facilement être pris en main par des rédacteurs non familiers de techniques informatiques. Le choix peut porter sur des outils libres qui peuvent être adaptés aux besoins sous réserve de disposer d'un développeur en interne ou bien de pouvoir consacrer un budget à un prestataire externe. Les portails intégrés doivent absolument être évités : souvent propriétaires, ils n'offrent que très peu de souplesse et d'utilisation et imposent des formats de publication qui ne correspondent pas aux besoins des bibliothèques qui souhaitent travailler de façon partagée et collaborative tout en sécurisant les accès.

Établir un plan de formation

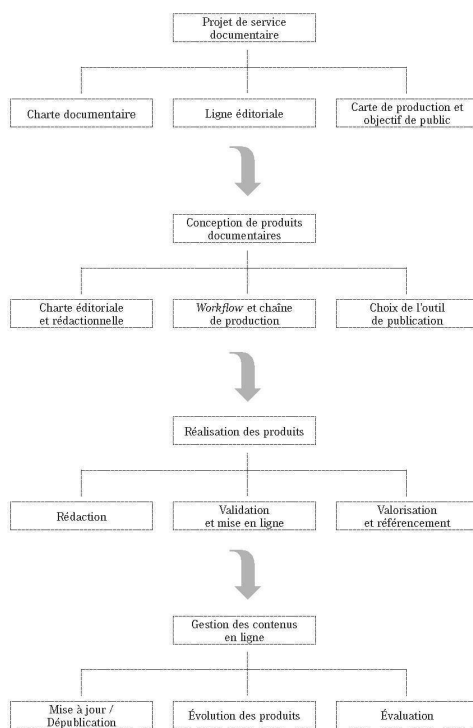
- 15 La production de contenu repose essentiellement sur la compétence des rédacteurs-trices qui produisent, il est donc primordial de recenser les compétences nécessaires et d'établir un plan de formation adéquat.
- 16 Deux axes sont à privilégier : la rédaction sur le Web et l'utilisation des outils. Rédiger en ligne, quelquefois sous son nom, c'est s'exposer au jugement de son public, voire de ses collègues. Il est donc important de maîtriser des techniques d'écriture qui permettent de cadrer la production et la systématiser. Outre la forme rédactionnelle, la production en ligne repose aussi sur une parfaite maîtrise des sources d'information. Il est essentiel de disposer d'un bagage professionnel permettant de chercher l'information pertinente, la filtrer, la synthétiser, voire la vulgariser. Cela permet d'asseoir le service sur des connaissances solides qui ne sont pas susceptibles d'être remises en cause. Établir des partenariats avec des experts thématiques peut apporter une caution scientifique solide à la production en ligne.
- 17 Même si les outils récents de production en ligne sont intuitifs, être formé permet d'acquérir des procédures de travail communes à l'ensemble de l'équipe : utiliser ou non la fonction de révision, élaborer les autorisations de publication, modification et suppression, fixer un circuit de validation. La formation à l'outil permet d'aborder par un biais technique ces questions de façon plus simple que par l'entremise d'une formalisation des procédures indépendantes.

Évaluer pour évoluer

- 18 L'évaluation de la production de contenus doit idéalement être conduite de façon annuelle. Elle porte sur des éléments quantitatifs : nombre de visites et évolution, partages (sur les réseaux sociaux), commentaires, inscriptions le cas échéant ; et qualitatifs : satisfaction (mesurable par un questionnaire), palmarès des sujets, provenance géographique des lecteurs, analyse des mots-clés utilisés, étude ergonomique du site Web.

- 19 Cette évaluation doit être conduite dans l'optique d'une corrélation entre les objectifs poursuivis au départ et ceux réellement atteints. Le projet documentaire est-il en phase avec la politique publique mise en œuvre ? Remplit-il les objectifs définis initialement dans le cadre du service documentaire ? Il ne faut pas perdre de vue que l'évaluation se fait sur la durée, notamment pour les services proposés sur les réseaux sociaux : le temps d'appropriation par les usagers et la fidélisation d'une communauté peut prendre un temps assez long : la bibliothèque n'est qu'un pourvoyeur d'offre parmi beaucoup d'autres.
- 20 Cette évaluation doit se traduire concrètement par une évolution des services et produits proposés. La médiation d'Internet se modifie au fur et à mesure que l'aptitude des publics à satisfaire ses besoins gagne en autonomie. Tel service constitué sur la base d'un manque de compétence de son public à s'approprier un champ documentaire peut voir son intérêt décliner à cause de l'aptitude croissante dudit public à s'affranchir d'un médiateur. On peut donc affirmer que l'avenir des services documentaires en ligne tend probablement à plus de complexité et de raffinement de l'offre, en proposant des produits toujours plus élaborés à partir des compétences propres de l'établissement documentaire.

Schéma Les étapes de la production en ligne



- 21 Ce schéma liste les différentes étapes de la production sans forcément d'ordre chronologique entre certaines étapes. Par exemple, la phase de gestion est une étape itérative du processus, susceptible d'être conduite en parallèle de la production.

NOTES

1. Voir le glossaire Coopération des CRFCB : < <http://blogs.univ-poitiers.fr/glossaire-mco> >.