

Web 2.0 en bibliothèque // Partie 1 : Entrer dans le flux // Les Blogues / Olivier Ertzscheid

Proposition de titre (ou de sous-titre) : Du blog de bibliothèque aux blogues en bibliothèques : sources, services, outils et enjeux. (20 000 signes, espaces non compris)

1. INTRODUCTION	2
2. RAPIDE HISTORIQUE ET DEFINITION.....	2
DÉFINITION.....	2
HISTORIQUE.....	2
LES BIBLIOTHÈQUES S'Y METTENT.....	3
TYPOLOGIE GENERALE.....	4
FONCTIONNALITES « DOCUMENTAIRES » & COLLABORATIVES	5
3. VITRINES OU SERVICES : BLOGUES « DE » BIBLIOTHEQUES.....	6
DE LA « VITRINE MARKETING » AU « SITE DE SERVICE THEMATIQUE ».....	6
Pédagogie documentaire	6
Valorisation de ressources.....	6
Vie de la bibliothèque	6
Services bibliothéconomiques.....	7
Autour du catalogue également	7
Communication institutionnelle.....	7
4. BLOGUES « EN » BIBLIOTHEQUE : DE LA VEILLE AU CATALOGUE	7
LES BLOGUES COMME SOURCE D'INFORMATION (VEILLE DOCUMENTAIRE).....	7
Gains liés au ciblage.....	7
Apports qualitatifs et quantitatifs des blogues dans un processus de veille.	8
LES BLOGUES COMME CATALOGUES : DE L'OPAC AU CATALOGABLOG	9
5. CONCLUSION.....	10

1. INTRODUCTION

Pour les espaces et structures à vocation documentaire, les weblogs ou blogues sont aujourd'hui l'occasion de créer un espace professionnel en ligne pour répondre à différents besoins, mettre en place de nouveaux services ou développer ceux existants : partage d'expériences, activités pédagogiques à destination des publics ou formation continue en interne à l'établissement, agenda permettant de signaler des informations importantes, création de portails documentaires « à la volée » reprenant (grâce à la syndication de contenus) des contenus d'autres sites/blogues, etc. Ils permettent également de créer des contenus immédiatement valorisables et mutualisables en multipliant les canaux de communication (podcast notamment). Ils sont l'occasion de développer son réseau professionnel (connaître, faire connaître, être reconnu). Le tout gratuitement (les principales plateformes de création de blogues sont des outils sous licence libre¹), sans jamais entrer dans une technique parfois rébarbative ou absconse (code HTML, FTP), et sans nécessiter d'environnement logiciel lourd.

2. RAPIDE HISTORIQUE ET DEFINITION.

DÉFINITION.

Les blogues sont l'un des phénomènes les plus saillants et les plus caractéristiques du web 2.0. Ils rassemblent aujourd'hui une très large communauté d'utilisateurs et offrent de nombreuses fonctionnalités participatives et collaboratives sur la base de contenus le plus souvent générés par les utilisateurs eux-mêmes. Ils occupent aujourd'hui une place centrale dans notre accès quotidien à l'information. A minima, un blog est un site web, composé d'articles, automatiquement classés par date et par catégories. Au printemps 2005, le terme « blogues » entre au journal des modifications RAMEAU en remplacement du terme « journaux intimes sur internet ». L'encyclopédie collaborative Wikipédia indique: « *Un blog ou blogue (mot-valise de web log) est un site web constitué par la réunion de billets écrits dans l'ordre chronologique, et classés la plupart du temps par ordre ante-chronologique (les plus récents en premiers). Chaque billet (appelé aussi note ou article) est, à l'image d'un journal de bord ou d'un journal intime, un ajout au blog ; le blogueur (celui qui tient le blog) y délivre un contenu souvent textuel, enrichi d'hyperliens et d'éléments multimédias, sur lequel chaque lecteur peut généralement apporter des commentaires ou opinions personnelles.* »²

HISTORIQUE.

Les tout premiers blogues étaient constitués de simples listes de liens pointant vers de nouveaux sites, parfois classés par date, parfois agrémentés de succints commentaires de l'auteur desdites compilations : c'est le cas de la rubrique « What's news » de Tim Berners-Lee sur son site personnel, rubrique alimentée dès 1992 ; même chose pour Dave Winer qui, en avril 1997, démarre un blog (liens commentés par l'auteur) au style plus « journalistique » (<http://www.scriptingnews.com>). Pour la première fois en Septembre 1997, Rob Malda introduit le concept de commentaires des utilisateurs et rencontre une très forte popularité (<http://slashdot.org/>). Le blog est né officiellement. Ne reste plus qu'à lui trouver un nom, ce qui sera chose faite le 17 décembre 1997 quand John Barger utilise le terme « weblog » dans son journal en ligne : <http://www.robotwisdom.com>. L'arrivée sur le marché (américain) d'outils extrêmement simples de mise en forme et d'organisation va rapidement propulser les

¹ Ainsi la plateforme Wordpress (<http://www.wordpress.org>)

² <http://fr.wikipedia.org/wiki/Blog>

blogues au rang « d'application grand public ». La gratuité de ces mêmes outils fera le reste. La gestion et la publication d'un blog deviennent alors plus simples, rapides et pratiques que celles d'un site web personnel (qui continue de nécessiter la maîtrise d'un code informatique (le langage HTML)). Le 23 Août 1999, la société PyraLabs fonde et lance le service Blogger. 4 ans plus tard, le 14 Février 2003, il sera racheté par le moteur Google. Comptant 1,1 million d'utilisateurs à la date de l'achat, il reste aujourd'hui l'un des services de blogging les plus populaires. La suite est connue : en Octobre 2004 le moteur Technorati recense 4 millions de blogues, en Avril 2007, ils sont 70 millions. Des chiffres qu'il faut pourtant nuancer : le nombre de blogues existants n'a que peu à voir avec le nombre de blogues « actifs », c'est à dire avec une activité de publication et de mise à jour régulière. Par ailleurs, aucune étude ni même aucun moteur ne recense la totalité des blogues existants, le nombre des plateformes et solutions d'hébergement étant lui-même délicat à inventorier de manière fiable³. Il reste aujourd'hui que les indicateurs dont nous disposons permettent de comparer l'engouement pour leur utilisation à celui rencontré pour l'usage du courrier électronique il y a de cela quelques années, et leur taux de croissance à celui du web à ses débuts⁴.

LES BIBLIOTHÈQUES S'Y METTENT

Progressivement, les bibliothèques se saisissent de ces outils qui répondent à de réelles nécessités de service. Ce sont dans un premier temps les bibliothèques universitaires qui déploient le plus grand nombre de blogues, suivies de près par les bibliothèques publiques.

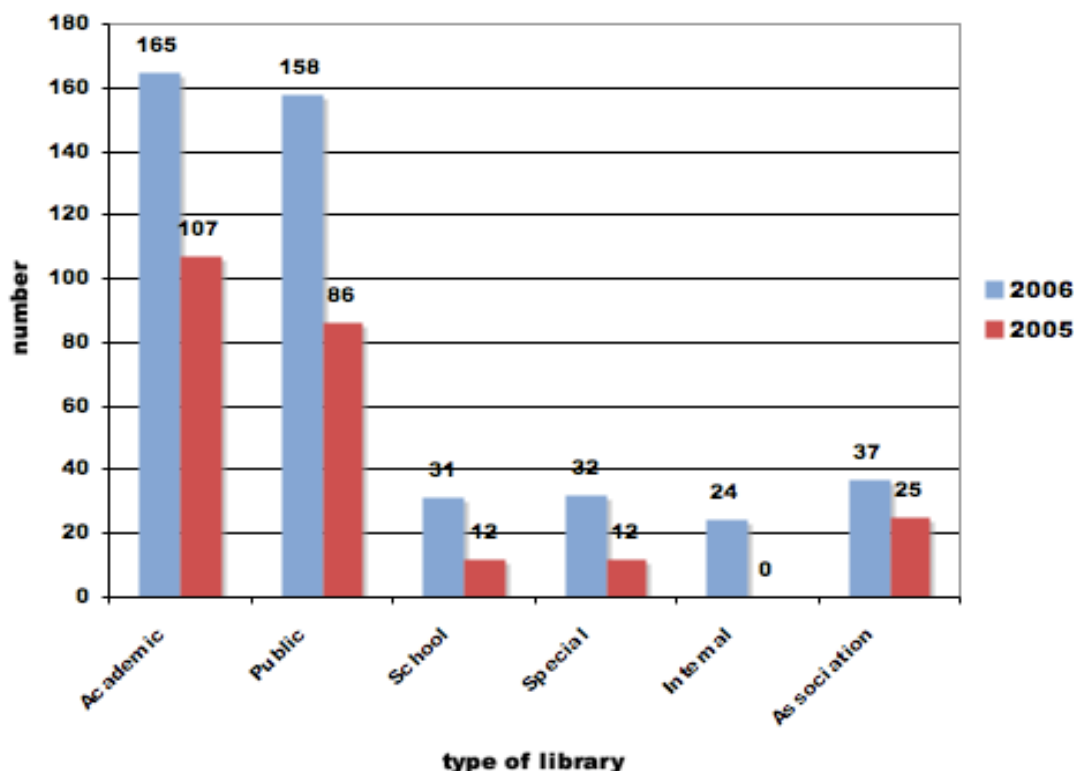


Figure 1 : blogs de bibliothèques⁵

³ ainsi certaines communautés telle « skyblogues » (<http://www.skyblog.com/>) service de création et d'hébergement gratuit offert aux auditeurs de la radio Skyrock, ont rapidement atteint le chiffre du million de blogues créés.

⁴ Pour une historique plus complet voir notamment Ertzscheid Olivier, « Créer, trouver et exploiter les blogs », Olivier Ertzscheid, Paris, ADBS éditions, 2008, 64 p. (Collection : L'essentiel sur...)

⁵ (Source : <http://www.blogwithoutalibrary.net/?p=211>)

Pour les blogues dont la dominante est celle du « journal personnel ». L'immense majorité des blogues composant cette sphère est celle des journaux intimes, tenus sur internet de manière individuelle. On y trouve également les blogues familiaux qui permettent à des familles géographiquement dispersées de « rester en contact » en diffusant par exemple des photos ou des vidéos. Un « sous-genre » de ces blogues familiaux a connu un essor particulier aux Etats-Unis : il s'agit du phénomène des babyblogues, dans lesquels on poste des photos du dernier-né. Inutile ici de citer des exemples ... Viennent enfin les blogues consacrés à un loisir (cuisine, bricolage, philatélie ...).

Pour les blogues dont la dominante est celle du « carnet de note ». Ces blogues ont comme point commun de tenter de livrer des analyses, des points de vue, sur différents sujets. Il faut y distinguer deux sous-ensembles :

- ceux qui sont tenus par des individus isolés : ils peuvent être sans rattachement institutionnel ou organisationnel lisible, ou bien affiliés par exemple au site d'un grand quotidien ou d'une entreprise. Nombre de grands quotidiens offrent ainsi un blog à certains de leurs journalistes ou de leurs éditorialistes. (Assouline, Pisani, Schneidermann ...)
- ceux alimentés collectivement dans une logique de soutien, de valorisation ou d'information sur une association ou une action humanitaire (secours populaire, réseau éducation sans frontière)

Pour les blogues dont la dominante est celle du « méta-blog ». Comme cela est indiqué plus haut les méta-blogues sont assimilables à des moteurs verticaux, qui sur un sujet donné rassemblent de manière systématique et ordonnée tout ou partie des contenus d'autres blogues. Les authentiques méta-blogues francophones sont encore relativement rares. En revanche, la blogosphère est, à l'intérieur de ses propres limites, une formidable chambre d'écho : nombre de blogueurs se contentent de reprendre des informations publiées par d'autres, plus influents, jouissant de davantage d'autorité, ou tout simplement mieux informés, en y ajoutant une « touche personnelle » souvent de peu d'intérêt. Les méta-blogues permettent de mieux cerner cette propagation virale de l'information, intrinsèque à la blogosphère, en évitant de systématiquement s'y perdre.

FONCTIONNALITES « DOCUMENTAIRES » & COLLABORATIVES

Le succès des blogues dans la sphère bibliothéconomique s'explique principalement par leur nature intrinsèquement documentaire. Ils sont en effet, sans nécessiter de compétences techniques particulières, de redoutables outils de gestion automatique de l'information. La liste ci-dessous des fonctionnalités « natives » de ces plateformes de blog permettra d'en juger :

- les informations « postées » sont automatiquement archivées, l'utilisateur pouvant choisir et modifier à tout moment la fréquence de cet archivage (mensuel, hebdomadaire, quotidien).
- chaque information se voit automatiquement attribuée un URL permanent, quelque soit ensuite les modifications apportées à l'information elle-même ou à sa place dans la hiérarchie du blog.
- chaque information est « indexée » à l'aide de balises « méta » minimales : auteur, date de publication, titre et catégories
- les catégories peuvent être déployées sur différents niveaux, à la manière d'un thesaurus.
- chaque information postée peut faire l'objet de commentaires, liés au message et également archivés.
- gestion des droits : il est possible d'ouvrir des droits différents en lecture et en écriture

pour mettre en place une structure éditoriale comprenant différents acteurs et différentes responsabilités.

- l'information peut-être diffusée sélectivement (DSI) : on peut par exemple ne récupérer que les messages de telle ou telle catégorie ou que les messages de tel ou tel auteur.
- Un moteur de recherche interne est automatiquement activé pour indexer et naviguer dans les contenus du blog

Les blogues offrent ainsi au plus grand nombre, les attendus techniques minimaux de tout système d'information « élaboré » : indexation, gestion des droits, archivage, recherche. C'est d'ailleurs à ce titre qu'ils remplacent d'ores et déjà dans certains grands groupes les architectures lourdes et trop souvent sous-utilisées de type Intranet.

3. VITRINES OU SERVICES : BLOGUES « DE » BIBLIOTHEQUES

DE LA « VITRINE MARKETING » AU « SITE DE SERVICE THEMATIQUE »

Les applications des blogues dans un écosystème documentaire sont innombrables. La liste qui suit n'a de valeur qu'indicative. Elle est là pour témoigner de la richesse applicative des potentialités offertes.

Pédagogie documentaire

En termes d'usage et de « pédagogie documentaire », la structuration inhérente aux blogues permet de constituer aisément des dossiers documentaires très structurés et aisément exploitables⁷. Par ailleurs, les classiques présentations powerpoint qui émaillent de plus en plus fréquemment la vie de tout organisme sont avantageusement transposables sous forme de blog évolutif et ouvert aux commentaires, par exemple dans le cadre d'une formation au long cours⁸, ou bien encore pour organiser des séances de formation auprès des usagers⁹.

Valorisation de ressources

Un blog est également l'occasion d'enrichir un portail par le biais de ressources externes, telles les « infos du jour » de telle encyclopédie prestigieuse¹⁰, la mise à jour des signets d'une autre bibliothèque¹¹, ou bien encore les ballado-diffusions (podcasts) de lectures publiques, de conférences et d'animations¹²

Vie de la bibliothèque

Un blog permet une structuration en « pages » et « catégories » qui rendront fidèlement compte de la « vie » de la bibliothèque ou du centre de documentation : une rubrique « nouveautés », l'annonce de nouveaux services et la valorisation de services existants, la mise en place d'un calendrier d'événement interne ou général¹³, l'affichage de sources recommandées, l'annonce d'expositions, de séminaires, et enfin un « ancrage terrain » qui passe par la reprise des contenus (fils RSS) des partenaires locaux ou régionaux (Mairie, DRAC, Médiathèque, Scènes nationales ...)

⁷ http://dossierdoc.typepad.com/dossierdoc/2004/12/comment_utilise.html

⁸ <http://www.stevenmcohen.info/yale02152005/>

⁹ <http://www.library.ualberta.ca/studenttraining/>

¹⁰ <http://www.britannica.com/eb/dailycontent/rss>

¹¹ <http://www.mplib.org/list.asp>

¹² <http://library.ucf.edu/News/#Podcasti942>

¹³ <http://www.bibliobsession.net/calendoc/>

Services bibliothéconomiques

L'avantage des blogues est qu'ils autorisent, pour peu que le choix de telles plateformes ait été fait en amont, de nombreux services bibliothéconomiques très aisément déployables. Ainsi l'on peut proposer une lettre d'information au format RSS¹⁴, la liste des acquisitions récentes de la bibliothèque¹⁵, la mise à disposition de tables des matières de différents journaux ou bases de données scientifiques¹⁶ ou de vulgarisation¹⁷, les articles les plus lus de telle base de donnée¹⁸, les résultats en temps réel des moteurs de recherche sur tel ou tel terme ou thème¹⁹. En d'autres termes être au plus près d'une logique de prescription et de recommandation personnalisée.

Autour du catalogue également ...

Aujourd'hui, des catalogues entiers (OPACs) prennent et adoptent la forme de blogues, d'où la naissance du néologisme de « catalogablog »²⁰. L'avantage étant qu'ils permettent aisément et à moindre frais de diffuser aux lecteurs et abonnés les nouveaux titres au catalogue²¹ ou bien encore d'enrichir ledit catalogue à partir d'images de couverture, de tables des matières, d'extraits, de notes sur l'auteur, de résumés fournis par les éditeurs et/ou les partenaires commerciaux (libraires par exemple). Ces catalogablogs, dont chaque billet équivaut à une notice bibliographique, proposent également d'intégrer les commentaires et suggestions des utilisateurs, directement « dans » le catalogue.

Communication institutionnelle

De plus en plus de directeurs de structures prennent le risque (mesuré) de s'engager et de s'exprimer au travers d'un blog qui relaie parfois des prises de position beaucoup plus « personnelles » qu'« institutionnelles »²².

4. BLOGUES « EN » BIBLIOTHEQUE : DE LA VEILLE AU CATALOGUE

LES BLOGUES COMME SOURCE D'INFORMATION (VEILLE DOCUMENTAIRE)

Le « ciblage » est la première et l'une des principales étapes d'un processus de veille. Il se définit comme : « *la détermination de l'environnement à scruter. Il vise à spécifier les acteurs et les thèmes à surveiller, ainsi que des sources d'information à mettre en oeuvre;* »²³

Gains liés au ciblage.

En plus de moteurs de recherche existants et dédiés à l'exploration de la blogosphère²⁴, en complément également des outils de classement et/ou de promotion²⁵ qui constituent également de

¹⁴ <http://www.scd.univ-rennes1.fr/ebook/Newsletter.html>

¹⁵ <http://directory.edufedds.com/index.php?c=19>

¹⁶ <http://www.biomedcentral.com/info/about/rss> ou encore <http://journals.cambridge.org/action/byFeeds>

¹⁷ <http://www.zdnet.fr/services/xml/rss/>

¹⁸ <http://www.biomedcentral.com/mostviewed/>

¹⁹ <http://news.google.fr/news?hl=fr&ned=fr&q=biblioth%C3%99>

²⁰ <http://www.flickr.com/photos/maisonbisson/89125523/> un exemple de catalogablog

²¹ <http://www.lib.ua.edu/newnotable/newbksviarss.htm>

²² <http://www.aadl.org/taxonomy/term/86> ou encore <http://tacheau.wordpress.com/> (Directeur BU Angers)

²³ Blanco S., Caron M-L., Lesca H., « *Implantation d'une veille stratégique pour le management stratégique, proposition d'un modèle conceptuel et premières validations.* » 5ième Conférence Internationale de Management Stratégique (AIMS), Montréal, Canada, 25-27 juin 1997. [en ligne] <http://www.strategie-aims.com/montreal/lescaeta.pdf>, consulté le 30/01/2005.

²⁴ Google blog search principalement (<http://blogsearch.google.fr>), mais également Technorati (<http://www.technorati.com>)

²⁵ <http://www.wikio.fr/blogues/top>

bonnes portes d'entrée pour identifier les sources intéressantes, il existe par ailleurs dans la « blogosphère », sur une thématique, un secteur, une industrie ou un produit donné ce que l'on appelle des « *pundits* »²⁶, experts auto-proclamés et dont les sites bénéficient d'un nombre de liens entrants (« backlinks ») qui tendent à asseoir cette expertise lorsqu'elle semble justifiée. Le rassemblement des blogues de ces experts permet de se constituer une « A-list » (liste de référence) bien souvent largement suffisante pour suivre l'actualité d'un domaine ou d'un secteur. Les blogues y figurant présentent la caractéristique d'être à la fois les plus lus, les plus représentatifs et les plus cités dans les médias et reçoivent de ce fait le plus grand nombre de liens entrants. On peut également appliquer une méthodologie classique de type « fil d'Ariane » visant à recenser les liens présents sur les blogues choisis de cette liste de référence pour que le ciblage devienne exhaustif, permettant d'inclure dans le ciblage d'autres blogues relevant d'un signal beaucoup plus « faible ».

Toujours dans cette étape de ciblage, et du fait de leur facilité de mise en place et d'alimentation, les blogues sont un facteur d'incitation qui met à disposition des veilleurs de nouvelles sources pour la seule raison que de nouveaux individus se mettent à publier des informations qui réclamaient auparavant de passer des filtres techniques démotivants. Quelle que soit leur provenance, et à tous les échelons hiérarchiques de l'organisation, ces « nouveaux » acteurs de la diffusion d'information publient et communiquent, avec, la plupart du temps, une liberté de ton que rend possible l'absence de processus de validation ou de chaîne éditoriale. Du magasinier au directeur de structure, de nouveaux espaces de parole et de débats émergent, de nouvelles expertises se donnent à lire et sont autant de nouvelles sources disponibles.

Apports qualitatifs et quantitatifs des blogues dans un processus de veille.

Pour le veilleur, les gains liés à l'utilisation des blogues sont autant qualitatifs que quantitatifs, ce double avantage étant rendu possible par la possibilité de syndication de contenu qu'ils proposent. L'ensemble du processus de veille dispose alors, de manière simple, gratuite (ou avec un coût dérisoire) et sans nécessité d'une grande maîtrise technologique, d'outils lui permettant d'appliquer à tout type de contenu informationnel une granularité adaptative et contextuelle jusque-là impossible.

Gains quantitatifs.

Les blogues ont pour premier avantage de permettre d'étendre considérablement le spectre d'une veille : un individu peut en effet « manuellement », chaque jour depuis son poste de travail, vérifier et éditer le contenu mis à jour d'un nombre considérable de sites. Sachant que relativement peu de blogues existants publient une nouvelle information dans un délai inférieur à 24 heures, le suivi quotidien ou bi-quotidien d'un immense corpus devient possible et il est protégé des biais classiques (spam, fausses mises à jour ...).

Gains qualitatifs.

En termes de contenu tout d'abord, il est possible en sus des fils d'information standards (RSS) fournis par les sites web, de mettre en place des filtres internes au contenu même du site. Nombre de journaux et de magazines proposent ainsi de syndiquer uniquement les articles de tel éditorialiste ou de telle « rubrique »

En terme de format ensuite, la plupart des sites proposant des contenus à syndiquer le font sous différentes options : syndication longue (contenu des billets postés), syndication courte (titre du billet seulement), syndication longue avec commentaires (tous les commentaires postés sont à leur

²⁶ Glance N.-S., Hurst M., Tomokiyo T., "*BlogPulse: Automated Trend Discovery for Blogues*", [en ligne] <http://www.blogpulse.com/papers/www2004glance.pdf>, consulté le 31/01/2005.

tour syndiqués). Ajoutons à cela qu'il est également possible sur un nombre croissant de sites d'établir une syndication personnalisée sur mot-clé (tous les articles contenant le mot « internet » par exemple), et que nombre de moteurs de recherche permettent de créer un fil RSS à partir d'une requête, et nous aurons une idée exacte de cette granularité adaptative et contextuelle que proposent les blogues à leurs utilisateurs, ainsi que des usages possibles dans le cadre d'un portail personnalisé d'accès à l'information, par exemple dans le cadre d'une bibliothèque.

LES BLOGUES COMME CATALOGUES : DE L'OPAC AU CATALOGABLOG

Faire catalogue. Aussi loin que remontent les utopies documentaires, le catalogue sert à la fois de pierre angulaire et de ligne d'horizon à tout l'édifice de la pensée documentaire. Aujourd'hui encore, après le coup de semonce lié au lancement du projet Google Books et jusqu'aux plus récents avatars du web dit « 2.0 », la catalogue est partout. Le « catalogage », cette compétence documentaire propre, ce particularisme du métier s'est plus que transformé. Il s'est comme dissout dans la masse des utilisateurs qui à l'image d'un Monsieur Jourdain, font du catalogage sans le savoir.

Depuis 2004 environ²⁷, notamment via la très active liste de diffusion NGC4lib²⁸, les professionnels des bibliothèques – majoritairement anglo-saxons – s'interrogent sur l'avenir du catalogage en tant que spécificité métier, sur sa nécessaire intégration avec d'autres outils d'exploration et de recherche, et sur la tout autant nécessaire transversalité de la palette des unités documentaires le composant²⁹. Le catalogage dispose aujourd'hui de ses propres agrégateurs³⁰, de ses gourous³¹, de son méta-catalogue³², de ses collaboratoires³³ ... et de ses « prédateurs », soit l'ensemble des moteurs ou autres outils dits de « recherche bibliographique »³⁴. Nul ne peut aujourd'hui indiquer ce que sera l'avenir du catalogue³⁵. Cet avenir sera celui d'une hybridation nécessaire entre les immenses entrepôts dont dispose le net et la maturation d'une compétence documentaire nécessaire, mais nécessairement plus ouverte et moins contrainte. Cet avenir devra rencontrer davantage les besoins et les usages actuels : à ce titre nous avons beaucoup à apprendre de l'exemplarité de la recherche et des services d'Amazon.

Cet avenir devra accepter que des compétences et des regards professionnels soient parfois mis au même plan que de simples « avis » d'utilisateurs de passage, et ce pour capitaliser sur la toute puissance des systèmes de recommandation, lesquels sont déjà des adjuvants primordiaux dans toute recherche d'information ou de livre. Ces mêmes systèmes paraissent en outre la seule réponse un tant soit peu probante à une crise profonde de la prescription. Dit autrement, le catalogue doit être le creuset d'expertises métier – celles des bibliothécaires – et d'autres plus expérientielles, culturelles, subjectivées – celles des utilisateurs.

²⁷ "The Future of Cataloging," by Dr. Deanna B. Marcum, Associate Librarian of Congress, January 16, 2004, address to the Ebsco Leadership Seminar, Boston, Mass. En ligne: <http://guild2910.org/marcum.htm>

²⁸ NGC4lib : Next Generation Catalogs for Libraries. <http://dewey.library.nd.edu/mailling-lists/ngc4lib/>

²⁹ <http://guild2910.org/future.htm>

³⁰ <http://planetcataloging.org/> : ce site « agrège » différentes sources (billets de blogues, articles scientifiques) ayant tous le catalogue et le catalogage comme thème central

³¹ <http://catalogablog.bloguespot.com/>

³² <http://www.worldcat.org>

³³ <http://www.librarything.com> : ce site permet à chacun de venir cataloguer librement les ouvrages de sa bibliothèque personnelle.

³⁴ Google, Google Scholar, OCA, LiveBook Search, Citeseer, ScienceDirect, IEEE explore, ACM DL, CSB, PubMed, IngentaConnect, Netbib, ISI Web of knowledge, ArXiv et l'ensemble des archives ouvertes, etc.

³⁵ pour une approche prospective du catalogue, voir ERTZSCHEID Olivier, « Les nouveaux catalogues ou le Catalogue en révolution(s) », in revue professionnelle trimestrielle Arabesques, n°48, Octobre - Novembre - Décembre 2007. En ligne : http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00178006/fr/

Sur l'ensemble de ces points, les « catalogablogs », formes toujours possiblement ouvertes mais pouvant également être calibrées en fonction de la politique documentaire de l'établissement ou de la structure les mettant en œuvre, ces catalogablogs constituent un atout au service de l'interactivité, de la visibilité et de la convivialité de cet outil.

L'alternative aux catalogues marchands ou marchandisables de Google et autres Amazon, l'autre modèle, communautaire, collaboratif, est celui mis en œuvre par LibraryThing.com, qui a l'intelligence de se nourrir du meilleur des deux mondes : celui de l'amateurisme, de l'approximation, du subjectif (via une indexation dite « sociale » au moyen de « tags³⁶ »), et celui du rationnel, de l'objectif, du professionnel³⁷.

5. CONCLUSION.

De notre point de vue, l'utilisation des blogues dans un contexte et un environnement bibliothéconomique est aussi prometteur qu'encore largement sous-évalué. Cette sous-évaluation peut notamment s'expliquer par un **changement nécessaire de modèle et de pratiques** dans la mise en œuvre de systèmes d'information dits « élaborés », changement qui se heurte à nombre de **résistances** essentiellement « **culturelles** », résistances autant liées aux **modes de management** en vigueur, qu'à d'importantes lacunes dans l'offre de formation locale et nationale.

³⁶ les « tags » sont des mots-clés librement choisis.

³⁷ On y retrouve en effet parmi d'autres, la possibilité d'accéder au format MARC des notices, ainsi qu'une indexation Dewey, ainsi que la classification de la bibliothèque du Congrès.