



HAL
open science

Les blogs, entre outils de publication et espaces de communication. Un nouvel outil pour les professionnels de la documentation

Angelina Garreau

► To cite this version:

Angelina Garreau. Les blogs, entre outils de publication et espaces de communication. Un nouvel outil pour les professionnels de la documentation. domain_shs.info.conf. 2005. mem_00000273

HAL Id: mem_00000273

https://memic.ccsd.cnrs.fr/mem_00000273

Submitted on 15 Nov 2005

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

UNIVERSITE CATHOLIQUE DE L'OUEST – ANGERS
Institut d'Arts, Lettres et Histoire

**LES BLOGS ENTRE OUTIL DE PUBLICATION
ET ESPACE DE COMMUNICATION**

**UN NOUVEL OUTIL POUR LES PROFESSIONNELS DE LA
DOCUMENTATION**

Angéline GARREAU

Sous la direction de
Monsieur le professeur Jean-Pierre COURTIAL,
Président du Jury

Madame Isabelle De Villars, chargée du suivi des Recherches

Maîtrise de Documentation et d'Information

Septembre 2005

SOMMAIRE

INTRODUCTION	p.3
I. LES BLOGS : ENTRE COMMUNAUTE VIRTUELLE ET INTELLIGENCE COLLECTIVE	
A. QU'EST-CE QU'UN BLOG ?	p.8
1. DEFINITION ET CARACTERISTIQUES	p.8
2. USAGE ET DIVERSITE DES BLOGS	p.11
3. UN SUCCES INATTENDU	p.13
B. LE BLOG, UNE COMMUNAUTE VIRTUELLE ?	p.17
1. QU'EST-CE QU'UNE COMMUNAUTE VIRTUELLE ?	p.17
2. ENTRE ESPACE PRIVE ET ESPACE PUBLIC	p.19
3. LA BLOGOSPHERE : UN MICRO RESEAU SUR LA TOILE	p.22
C. BLOG ET INTELLIGENCE COLLECTIVE	p.25
1. DEFINITION DE L'INTELLIGENCE COLLECTIVE	p.25
2. LES BLOGS, UN RESEAU D'INTELLIGENCE PARTAGEE	p.26
3. ENTRE DEMOCRATISATION DU SAVOIR ET DESINFORMATION	p.29
II. BLOG, TRAVAIL COLLABORATIF ET GESTION DES CONNAISSANCES	
A. LES BLOGS COMME OUTIL DE GROUPWARE	p.34
1. UN NOUVEL OUTIL DE TRAVAIL COLLABORATIF ?	p.34
2. L'UTILISATION DU BLOG DANS L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR	p.37
3. UN OUTIL DE COMMUNICATION INTERNE EN ENTREPRISE	p.40
B. BLOG ET KNOWLEDGE MANAGEMENT	p.43
1. LE CORPORATE BLOG, SYMPTOME D'UN NOUVEAU BESOIN INFORMATIONNEL	p.43
2. UN NOUVEL OUTIL DE KM ?	p.45
3. AU DELA DE L'OUTIL, L'ENVIE DE PARTAGER	p.48
C. LIMITES ET PERSPECTIVES	p.51
1. BLOG ET CULTURE D'ENTREPRISE : UNE RELATION TENDUE	p.51
2. DE NOUVEAUX PROBLEMES JURIDIQUES	p.54
3. VERS UN NOUVEAU METIER	p.56

III. LES BLOGS, UN OUTIL DE PULL ET DE PUSH

A. UNE SOURCE D'INFORMATION PERTINENTE ?	p.59
1. QUELLES INFORMATIONS TROUVER SUR LES BLOGS ?	p.59
2. ANNUAIRES ET MOTEUR DE RECHERCHE : VERS UNE MEILLEURE EXPLOITATION DES BLOGS	p.62
3. LIMITES DU BLOG COMME RESSOURCE DOCUMENTAIRE	p.65
B. LES APPORTS DU FIL RSS EN DOCUMENTATION	p.68
1. QU'EST CE QUE LE FORMAT RSS ?	p.68
2. UN OUTIL ADAPTE AUX DOCUMENTALISTES	p.71
3. UN OUTIL AU SERVICE DE L'USAGER	p.74
C. ENJEUX ET USAGES DES BLOGS POUR LA VEILLE	p.77
1. UN OUTIL ADAPTE A LA VEILLE	p.77
2. UNE NOUVELLE OPPORTUNITE DE VEILLE SOCIETALE ET COMMERCIALE	p.79
3. UN OUTIL DE VEILLE SUR LA VEILLE	p.82

IV. QU'EST CE QUI FAIT BLOGUER LES PROFESSIONNELS DE LA DOCUMENTATION ?

A. LES BLOGS INDIVIDUELS : ENTRE ESPACE PERSONNEL ET PREOCCUPATIONS PROFESSIONNELLES	p.87
1. A LA CONQUETE DE LA BLOGOSPHERE	p.87
2. CARACTERISTIQUES ET OBJECTIFS DE CES BLOGS	p.90
3. BLOGUER POUR CREER DES LIENS	p.93
B. LES BLOGS D'ORGANISMES PROFESSIONNELS: UNE AUTRE FACON D'ANIMER UN RESEAU	p.96
1. URFISTINFO ET BLOGFORMIST : POUR UNE MEILLEURE VISIBILITE NATIONALE	p.96
2. VERS DES RESEAUX REGIONAUX PLUS REACTIFS ?	p.98
C. LES BLOGS, UN OUTIL AU SERVICE DES STRUCTURES DOCUMENTAIRES	p.102
1. QUELQUES INITIATIVES FRANCAISES	p.102
2. ENTRE ESPACE DE COMMUNICATION ET OUTIL « MARKETING »	p.105
3. UN NOUVEAU PRODUIT DOCUMENTAIRE	p.109
CONCLUSION	p.112
BIBLIOGRAPHIE	p.116
INDEX & GLOSSAIRE	p.122
TABLE DES SIGLES	p.127
ANNEXES	p.128
TABLES DES MATIERES	p.156

INTRODUCTION

Après l'avènement de l'hypertexte et la naissance conjointe du web, après celui de l'e-mail et des listes et groupes de discussion, les « blogs » sont la dernière évolution marquante liée aux technologies de l'information et de la communication. D'après Dominique Wolton, la spécificité des techniques de communication du XX^e siècle est d'avoir su toucher tous les publics, tous les milieux sociaux et culturels, et de s'être, d'emblée, inscrits dans la logique du nombre. Les blogs illustrent à leur tour cette observation, leur succès fulgurant suivant cette logique. D'abord employés comme moyens d'expression personnelle, les weblogs touchent toutes sortes de catégories de personnes, jeunes et moins jeunes. Entre le dazibao (ce panneau d'affichage livré à la spontanéité des passants de la Chine révolutionnaire) et le journal intime posté au vu et au su de tous sur le Web, les blogs sont devenus en quelque temps un véritable phénomène.

Contraction de « Web » et de « log », qui signifie connexion. Le blog ou weblog désigne un outil de publication personnelle sur Internet. « De façon très synthétique, un blog est un type de site composé essentiellement d'actualité (ou billets) publiés au fil de l'eau et apparaissant selon un ordre chronologique (les plus récents en haut de page), le plus souvent enrichies de liens hypertextes externes »¹. Les weblogs sont, donc, à première vue de simples sites personnels écrits par une ou plusieurs personnes. Cependant, leur grande nouveauté réside dans le fait qu'ils sont très faciles à créer et surtout à mettre à jour. Ils permettent, ainsi, à tout internaute de s'exprimer sur Internet, leur utilisation ne nécessitant aucune compétence technique, ce qui explique leur immense succès. Ainsi, selon Benoit Desavoie², « le phénomène blog accompagne la croissance fulgurante de l'utilisation d'Internet, sa vulgarisation et son intégration à nos habitudes quotidiennes ».

A l'origine, les blogs étaient des listes de liens commentés, surtout produites et utilisées par des scientifiques. Le premier blog aurait été, ainsi, la page d'accueil de Tim Berners Lee en 1989, sur laquelle le créateur du Web indiquait chaque jour de nouveaux liens et de brefs commentaires. En 1997, Jorn

¹ FIEVET, Cyril ; TURRETTINI, Emily. *Blog story*. Paris : Eyrolles, 2004.

² DESAVOYE, Benoît ; DUCAMP, Christophe ; [et alt.]. *Les blogs : nouveau média pour tous*. Paris : M2 Editions, 2005.

Barger fut le premier à donner le nom de « weblog » à ces sites d'un nouveau type. Tandis qu'en 1999, Jesse James Garrett liste 23 weblogs existants sur la Toile. « Soudain une communauté était née, des centaines de milliers de weblogs allaient alors se créer et se lier les uns aux autres ».³

Les blogs ont connu une percée bien plus importante encore avec la tragédie du 11 septembre 2001 quand bon nombre d'internautes américains y ont trouvé un moyen d'évacuer le traumatisme émotionnel engendré par cette catastrophe. Ainsi, en Septembre 2004, il existait environ 4 millions de weblogs actifs d'après Technorati, un moteur de recherche spécialisé. En outre la croissance du secteur est extrêmement forte, similaire à la croissance du nombre de sites web classiques lors des débuts de l'Internet en 1995.

Selon le National Institut for Technology and Liberal Education⁴ (NITLE) le français est la seconde langue la plus représentée dans les blogs, derrière l'anglais, avec 81 000 blogs français et de nombreux blogs francophones. Viennent ensuite les blogs en portugais, en iranien et en polonais.

Aujourd'hui, l'usage des blogs est en pleine évolution. On assiste, alors, surtout aux Etats-Unis, à une « professionnalisation » des blogs, notamment dans le domaine de la communication d'entreprise. De même, le secteur de la documentation n'est pas épargné par cette tendance, les « librarian and library blogs » se développant beaucoup dans les pays anglo-saxons ; tandis que leur existence, encore timide, en France tend à s'étendre.

Ainsi, comme le souligne Marc Guillaume, à la différence d'autres technologies celles de l'information se diffusent dans toutes les branches de l'économie en modifiant les moyens et les conditions de production, les formes de distribution, et les consommations, notamment en terme d'information. On constate, alors, que le blog ne déroge pas à cette règle, son utilisation simple et rapide offre un nouveau moyen de communiquer et de partager l'information, bousculant parfois les moyens traditionnels et les habitudes informationnelles de nos sociétés. Nouvel Eldorado du Web, le blog traduit une problématique où s'affrontent « expression

³ Ibid

⁴ *Blog Story*, Op. Cit p. 4, note 1

personnelle et moyens d'information professionnels »⁵. C'est pourquoi les professionnels de l'information ne peuvent totalement ignorer ce nouvel outil de publication. Reste, alors, à savoir si ces sites d'un nouveau genre ont réellement leur place en documentation et si c'est le cas, quels usages les professionnels de l'information peuvent ils en faire ?

De plus en plus d'articles, ouvrages et sites web se consacrent au phénomène des blogs, un certain nombre tentant de démontrer leurs applications possibles dans différents domaines professionnels. A travers une enquête visant à étudier les pratiques, liées aux blogs, des professionnels de l'information, à la laquelle soixante cinq professionnels ont accepté de répondre et, par le biais de quelques entretiens effectués auprès de professionnels de l'information ayant choisi d'ouvrir un blog, nous essaierons, alors, de voir comment les professionnels de l'information peuvent utiliser ou utilisent déjà ces outils dans le cadre de leur travail.

Le blog est avant tout un outil de publication, répondant à des caractéristiques bien spécifiques. Une innovation qui n'est, cependant, pas sans rappeler certaines pratiques déjà existantes sur le Web. Cependant, l'outil tend à évoluer et à se professionnaliser, offrant aux professionnels de l'information une nouvelle ressource en matière de groupware et de gestion des connaissances. Favorisant le travail collectif et l'échange autour de sujet spécifique, les blogs peuvent, aussi, se présenter comme une nouvelle ressource documentaire, véhiculant des informations qui peuvent, parfois, s'avérer précieuses lors de recherches documentaires ou dans un processus de veille. Enfin, de plus en plus de professionnels ne se contentent plus d'utiliser les blogs afin de récolter de l'information, mais tendent à se les approprier afin de proposer, à d'autres professionnels ou à leurs usagers, un espace d'information et de communication.

⁵ INIST DIFFUSION. *Blogs : les éphémères du Web* [en ligne]. *Captain doc : le guide de la documentation électronique*. Juin 2002

PARTIE I

LES BLOGS, ENTRE COMMUNAUTE VIRTUELLE ET
INTELLIGENCE COLLECTIVE

A. QU'EST-CE QU'UN BLOG ?

1. DEFINITION ET CARACTERISTIQUES

Un blog est avant tout un outil de publication permettant à n'importe qui de mettre des textes en ligne aussi facilement qu'il le ferait avec un logiciel de traitement de texte. « Les blogs sont des journaux personnels en ligne, tenus au moyen de logiciels simples qui permettent de taper un texte sur l'ordinateur et, une fois connecté, de l'envoyer instantanément pour qu'il s'affiche sur une page Web entretenue à cet effet. Ils sont souvent accompagnés d'un lien à une source originale, à un autre blog ou à un article que le blogueur commente ou signale à son public »⁶. Les weblogs se distinguent des fora en cela qu'ils sont initialement « des espaces de publication et non de discussion »⁷.

Avant l'arrivée des blogs, la possibilité de publier ou de mettre à jour un site sans connaissances informatiques était coûteuse ou réservée à des personnes ayant des compétences techniques. Or aujourd'hui, grâce aux blogs, n'importe qui peut se créer un espace sur le Web et y diffuser ce qu'il souhaite.

Leur simplicité d'usage passe notamment par une forme très standardisée comprenant des caractéristiques et une structure propres.

Benoit Desavoie dans son ouvrage *Blogs nouveaux média*⁸, propose six grandes caractéristiques propres aux blogs :

Tout d'abord un blog se compose **d'une liste de billets** (ou post) classés chronologiquement (du plus récent au plus ancien), constituant la « colonne vertébrale » du blog. Pour chaque billet, la date de publication est mentionnée ainsi que le nombre de commentaires faits sur le post, en cliquant sur ce nombre on accède directement aux commentaires. En effet, chaque entrée d'un blog peut être commentée par le visiteur qui le souhaite, de façon anonyme ou non. De plus, à chaque billet est associée une ancre, le **permalink**. Ce lien permanent permet de

⁶ PISANI, Francis. Internet saisi par la folie des « weblogs ». *Le monde diplomatique*. Août 2003.

⁷ ERTZSCHEID, Olivier . *Weblogs : un nouveau paradigme pour les systèmes d'information et la diffusion de connaissances ? : Applications et cas d'usage en contexte de veille et d'intelligence économique*. Colloque ISKO France 2005.

⁸ DESAVOYE, Benoît ; DUCAMP, Christophe ; [et alt.]. *Les blogs : nouveau média pour tous*. Paris : M2 Editions, 2005

retrouver instantanément un message déterminé. Par conséquent, il devient aisé de faire référence à un message bien précis posté sur un autre weblog. En effet, l'autre caractéristique du blog est le **trackback** (aussi appelé rétrolien ou pisteur). Il consiste à faire apparaître, sur un blog, le titre, le lien permanent, et un extrait du texte écrit sur un autre blog, par une autre personne. Ce système très simple de citation favorise, alors, le respect du droit d'auteur, la manipulation très simple permettant de mettre en valeur la source originale.

L'autre caractéristique du blog est l'**archivage**. Tous les billets et commentaires sont automatiquement archivés selon le délai choisi par le blogueur. Ces archives peuvent se présenter sous la forme d'un calendrier, les billets étant classés par date, ou sous la forme d'une liste catégorisée, les billets étant, dans ce cas, classés par thèmes.

Puis, une liste de liens vers d'autres sites web et blogs est proposée: le **blogroll**. Ces liens permettent, alors, de trouver d'autres ressources sur les mêmes thèmes que ceux traités dans le blog. C'est à travers le blogroll que les blogs se lient les uns aux autres, créant un petit réseau au sein du Réseau.

Enfin, une possibilité de **syndication de contenu**, sous la forme d'un lien vers un fichier au format XML reprenant le contenu du site, est offerte sur chaque blog.

Cependant, d'après Evan Williams, fondateur de *Blogueur*, pionnière des plates-formes de blogging, c'est le format « des textes courts et mis à jour régulièrement » qui caractérise les blogs, « un format convenant très bien aux auteurs et aux lecteurs ». Un aspect mis en valeur, aussi, par l'Office québécois de la langue française qui présente les blogs comme une « page web évolutive et non conformiste présentant des informations de toutes sortes, généralement sous forme de courts textes mis à jour régulièrement, et dont le contenu et la forme, très libres, restent à l'entière discrétion des auteurs ».

De même, les blogs se caractérisent par une grande liberté de ton, une forte personnalisation du site, et un très haut niveau d'interactivité qui privilégie l'instantané et la spontanéité.

Bien que proche du concept de wiki, le blog se différencie de ce dernier par le fait que tous les blogueurs ne sont pas égaux sur un blog. En effet, sur un site wiki

chaque page peut être modifiée par n'importe quel internaute et ce de manière immédiate ; tandis que sur un blog, l'auteur est le seul à pouvoir modifier le contenu de son site. Les autres blogueurs, en effet, ne peuvent qu'émettre des commentaires sur les billets (les billets ne pouvant être écrits que par les blogueurs ayant le statut de « rédacteur » ou l'auteur du blog). Les commentaires laissés par les blogueurs sont, aussi, soumis au jugement du responsable du blog qui choisit seul de les conserver ou de les supprimer. Ce dernier peut aussi choisir de « promouvoir » d'autres blogueurs au rang de « rédacteurs », ceux-ci bénéficiant, alors, des mêmes droits que lui. Dans ce cas, le blog prend alors une dimension collective. De plus, contrairement au blog, le wiki grossit de façon désordonnée et sa structure est très rarement hiérarchisée ; tandis que le blog laisse à l'auteur un contrôle total de la ligne éditoriale, l'unicité de la source favorisant la cohérence de l'ensemble.

Enfin, les blogs font parti de la famille des outils de gestion de contenu appelés CMS (Content Management System). Avant les blogs, les CMS étaient des outils complexes nécessitant d'avoir un minimum de connaissances informatiques. Avoir son propre CMS pouvait, donc, être coûteux tant en temps que financièrement, et bien qu'ils se soient beaucoup simplifiés, les blogs restent les seuls CMS véritablement grand public. En effet, les blogs stockent leur contenu en base de données ce qui permet de séparer le contenu, de l'information liée à la mise en forme. Un intérêt non négligeable à l'heure de la réflexion autour du web sémantique.

Toutes ces caractéristiques, expliquent, en partie le succès de ces nouveaux outils de publication très simples et très complets, qui se développent, aujourd'hui, sous de nombreuses formes, touchant à des domaines variés.

2. USAGE ET DIVERSITE DES BLOGS

Selon *l'ABC du blog*⁹, les blogs ont trois objectifs majeurs : la production et la diffusion d'information sous toutes ses formes ; l'interaction et la communication, et bien sur, le partage de l'information quelle qu'elle soit.

Compte-tenu de la très grande diversité des blogs, il est difficile d'établir une typologie rigoureuse. Schématiquement, on pourrait, cependant, distinguer plusieurs grandes familles de blogs :

- **les blogs d'actualité** : consacrés à l'actualité et à l'information. Ils fonctionnent comme des revues de presse permanentes, souvent personnelles, à l'exemple du blog du journal national *Le Monde*¹⁰.
- **Les Knowledge blogs** : tous les blogs ne sont pas personnels même s'ils émanent d'un individu unique, certains sont centrés sur des thématiques identifiées et très travaillées.
- **Les blogs politiques** : le blogging politique s'est développé en France au cours des élections régionales de Mars 2004. Le blog par comparaison avec un site web institutionnel, permet aux hommes politiques d'adopter un ton moins formel, tout en lui permettant de créer et d'entretenir un réseau.
- **Les blogs de veille et d'information électronique** : de nombreux weblogs sont consacrés aux technologies informatiques et réunissent des communautés de lecteurs passionnés et /ou spécialistes, qui participent à la mise à jour du blog.
- **Les blogs d'entreprise** : ils se déclinent sous deux formes : le blog crée et animé par les employés d'une entreprise, où ces derniers parlent « de leurs états d'âmes autant que des projets sur lesquels ils travaillent »,¹¹ qui se différencient des « corporate blogs »¹², des blogs plus officiels créés par les entreprises elles-mêmes ou par leur dirigeant.

⁹ FIEVET, Cyril ; PEYER, Marc-Olivier. *L'abc du blog*. *Pointblog.com*. [Mis à jour le 12 Septembre 2003].

¹⁰ <http://www.lemonde.fr/web/blogs/0,39-0,48-0,0.html>

¹¹ FIEVET, Cyril ; TURRETTINI, Emily. *Blog story*. Paris : Eyrolles, 2004.

¹² Ibid

- Les « **war blogs** » : axés sur la guerre en Irak, notamment. Ils deviennent de plus en plus une source d'information complémentaire aux média.
 - Les **photoblogs** : diffusant essentiellement de l'image.
 - Les **journaux intimes** et chroniques personnelles.
 - Les **média blogs** : même les plus grands média ont adopté le blog, comme outil de communication externe avec le public, et interne avec les journalistes qui postent parfois directement leurs articles sur le blog. La presse écrite tout d'abord, se dote de ses propres blogs, à l'exemple du *Monde* pour la presse française ; et du *New York Times* et de *The Guardian*, pour la presse anglophone. De même, les plus grandes chaînes de télévision suivent la tendance, à l'image de CNN.
- Ces blogs permettant, alors, de voir l'information sous un autre angle, le ton des journalistes y étant, parfois, plus libre et plus subjectif.

Comme toute technologie, le blog ne cesse d'évoluer et de se perfectionner afin de proposer de nouvelles fonctionnalités, toujours plus proches des attentes et des tendances du moment. Ainsi, à peine le blog mis sur le marché, on parle déjà de « moblog » et de « podcasting », nouvelles extensions du blog, à l'avenir prometteur selon certains. Le **moblog**, tout d'abord, identifie un type de blog qui peut être mis à jour à partir « d'un appareil ou d'une connexion sans fil »¹³, c'est-à-dire en utilisant des appareils mobiles tels que des téléphones portables. Le moblog est, alors, « encore plus proche de l'événement et plus réactif »¹⁴. Quant au **podcasting**, il permet lui de mettre en ligne sur son blog des fichiers audio facilement récupérables par les internautes. Au delà des données musicales, le podcasting peut permettre de diffuser des discours, des enregistrement de conférences, ou tout simplement des messages audio. Cet outil pourrait, ainsi, améliorer l'accès à Internet aux mal voyant et aux gens ayant quelques difficultés pour lire. De plus, on pourrait envisager son utilisation en bibliothèque, par exemple, comme le souligne Nicolas Morin¹⁵, co-auteur du blog *Biblioacid*, et conservateur à la bibliothèque de l'Université d'Angers :

¹³ *Les blogs : nouveau média pour tous*. Op. Cit. p. 8, note 3

¹⁴ Ibid

¹⁵ Voir, en annexe II, la retranscription complète de l'entretien

« Il y a 3 mois j'ai essayé les podcast dans le cadre de *Biblioacid* et peut être qu'un jour on réutilisera ça pour la bibliothèque universitaire. Ici, on fait des conférences et des lectures, donc, on a des archives sonores diverses que l'on pourrait mettre sous mp3 et diffuser avec fils RSS podcast, cela peut être intéressant ».

On associe, en effet, souvent Internet à la culture écrite relayant l'oralité à une place plus secondaire, or avec le podcasting, diffuser de l'audio devient aussi facile que publier du texte. Cependant, dans la lignée du *peer to peer*, le podcasting pourrait à son tour susciter une polémique ; mais son utilisation pourrait apporter beaucoup en terme d'information, favorisant la mise en ligne de documents audio jusque là non diffusés. De plus, si avec le *peer to peer* le document devient facilement téléchargeable par tous, avec le podcasting, le document peut être protégé et, donc, plus difficile à copier ; cependant, si le droit de reproduction semble respecté, reste le problème du respect du droit de représentation qui demeure à l'entière initiative du blogueur.

Encore très limité à la diffusion d'informations textuelles, le blog se présente comme un outil aux nombreuses ressources, capable d'évoluer et de s'adapter aux besoins et aux initiatives de ces utilisateurs. Toutes ces applications, et les évolutions envisagées, reflètent indéniablement l'immense succès de ce nouvel outil de publication, un succès porté par divers facteurs.

3. UN SUCCES INATTENDU

La montée en puissance des blogs est récente mais rapide. Ainsi 5 à 7% des internautes auraient un blog selon une étude de Pew Internet et American Life Project.¹⁶ Selon Technorati, il s'en crée environ 12.000 par jour, soit un toutes les sept secondes. A ce rythme, le nombre de blogs a dépassé en septembre dernier les quatre millions, affichant une croissance annuelle de 355 %.

¹⁶ RAINIE, Lee. *The state of blogging* [en ligne]. Janvier 2005

Toujours selon Technorati, le nombre moyen de post journaliers avoisine aujourd'hui les 400.000 sur l'ensemble des blogs qu'il répertorie.

Evolution du nombre de blogs lancés dans le monde (en millions)			
	2004	2003	Evolution 2004/2003
Septembre	4,1	0,9	+ 355%
Juin	3	0,4	+ 650%
Mars	2	0,1	+ 1900%

Source Technorati, 2004

Différentes études ont tenté de dresser un profile des blogueurs, dont celle menée par Perseus qui précise que 90% des blogueurs se situeraient dans la tranche d'âge 15-30 ans, tandis que la tranche des 50-70 ans reste la moins représentée avec seulement 0,7% de blogueurs. Cependant on ne peut pas réduire le phénomène des blogs à une tranche d'âge, les blogueurs se rapprochant, comme on le verra plus tard, bien plus de par leurs centres d'intérêts qu'en fonction de leur profile.

Cependant, il est important de nuancer tous ces chiffres, du fait de la difficulté de comptabiliser les blogs. En effet, il est difficile pour un robot de différencier un site d'un blog ; de plus, s'ajoute le problème des blogs inactifs : des blogs ouverts qui cessent d'être remis à jour et tombent progressivement dans l'oubli. De même, selon Forrester Research, à peine 5 % des internautes lisent des blogs en 2004¹⁷.

On ne peut pas, pour autant, nier l'immense succès de cet outil, les raisons de cet engouement étant liées à plusieurs facteurs convergents :

D'abord, la **gratuité et la facilité** : « le mode de publication est simple et tout se déroule à partir d'une interface semblable à celle de l'envoi d'un courrier électronique¹⁸ ».

Puis, **l'archivage et l'indexation** automatiques, chaque post est indexé à l'aide de balises indiquant l'auteur, la date de publication et le titre. Darlène Fitcher, documentaliste, résume, d'ailleurs, le succès des blogs en ces termes : « la

¹⁷ SERRES, Alexandre. Les nouveaux outils d'expression, de partage et de diffusion de l'information : weblogs et RSS. *URFIST Bretagne - Pays de la Loire* [en ligne]. 2002.

¹⁸ ERTZSCHEID, Olivier. Op. Cit. p. 8, note 2

puissance du blog se situe non seulement dans la facilité d'éditer le nouveau contenu, mais également dans sa capacité d'archiver automatiquement de vieux post et de régénérer la teneur de la page principale ». ¹⁹

A cela s'ajoute aussi **le format** des blogs. Comme le rappelle Benoit Desavoye ²⁰ « Le format court des blogs n'est pas né d'eux ; ce format s'est diffusé lors de l'utilisation de *Usernet* puis des fora ou du chat. Cependant, le format « post » des blogs a joué un rôle essentiel dans leur succès ». Ainsi, toujours selon l'auteur de *les blogs un nouveau media pour tous*, la réussite des blogs en tant qu'outil est liée au fait qu'ils ont su retenir les meilleurs pratiques et les meilleurs éléments issus de nombreux outils préexistants sur le Web pour répondre aux besoins des internautes. En effet, les blogs proposent, un juste milieu entre le format très court des fora et le format plus long, se rapprochant de celui des articles de presse, des sites web. Cependant, le point commun à tous les weblogs, et son plus grand facteur de succès, reste indubitablement la facilité de création et la possibilité d'interaction qu'il offre.

Cette prolifération a donné naissance à de nombreux produits qui permettent, sur son PC ou sur le Web, de créer un weblog en quelques minutes ou de consulter une liste de weblogs. En effet, comme le souligne Cyril Fiévet, dans son ouvrage *Blog Story*, « les blogs étaient à l'origine un concept et un outil. De l'outil sont nés de nouveaux usages, et ces usages ont justifié à leur tour de nouvelles technologies, tels que les outils de blogging ²¹ ».

Il existe deux types d'outils pour créer un blog : des outils de publication et des outils d'hébergement. On compte de plus en plus d'outils de publication, tels que B2 ou Dotclear ²² (pour citer les plus populaires), pour créer et animer un blog, ceux-ci devant être installés sur un serveur web. La manipulation est simple mais demande plus de connaissances techniques et nécessite un espace d'hébergement personnel.

¹⁹ FITCHER, Darlène. *Why and How to Use Blogs to Promote Your Library's Services ?* [En ligne]. Décembre 2003.

²⁰ ERTZCHEID, Olivier. Op. Cit. p. 8, note 2

²¹ *Blog story*. Op. Cit. p. 11, note 6

²² Voir annexe III, tableau comparatif des outils de blogging

Quant aux plates formes de blogging, elles fleurissent de toute part alimentant un marché de plus en plus important. Il suffit, alors, de rejoindre une communauté existante telle que Typepade ou Blogspirit²³, pour créer son blog. Cette solution demeure la plus simple et la plus rapide, puisqu'il suffit de remplir un petit formulaire pour ensuite accéder à un espace tout fait et directement mis en ligne. Ces outils sont majoritairement gratuits, dans leur forme basique. Mais, pour obtenir un maximum de fonctionnalités, le blogueur doit, de plus en plus, opter pour des solutions payantes.

Les outils de blogging ne sont pas les seules technologies, issues du succès des blogs, qui envahissent la Toile. L'existence et la multiplication rapide d'outils pour répertorier, classer et repérer les blogs illustrent, alors, l'importance de la place qu'occupe les blogs actuellement sur le Réseau. De même, de plus en plus d'articles de presse et d'ouvrages sur le sujet paraissent.

Ainsi, selon Everett Rogers une innovation se diffuse « si les différentes catégories d'acteurs y trouvent successivement de l'intérêt en passant par des étapes (information, persuasion, décision, application, et confirmation), auxquelles correspondent des groupes d'acteurs différents²⁴ ». A la lumière de cette définition, on peut considérer le blog comme une innovation au sens sociologique du terme, celui-ci étant peut être, à la vue de toutes les technologies et les usages qui se développent autour de lui, arrivé aujourd'hui à sa phase « d'application ».

Le blog semble, donc, répondre aux caractéristiques d'une innovation, mais pouvons nous, cependant, la considérer comme une révolution ? En fait, les blogs n'inventent rien ; les pratiques autour de l'outil n'étant pas sans rappeler quelques expériences déjà existantes sur le Réseau.

²³ Voir annexe III , tableau comparatif des outils de blogging

²⁴ MIEGE, Bernard. *Nouvelles technologies : nouveaux usages ? Sciences humaines*. 2001

B. LE BLOG, UNE COMMUNAUTE VIRTUELLE ?

1. QU'EST-CE QU'UNE COMMUNAUTE VIRTUELLE ?

L'idée de communauté d'intérêt aurait été introduite par Licklider et Taylor qui la définissent comme « une communauté reposant non pas sur une localisation commune mais sur un intérêt commun »²⁵. La notion de communauté a été transmise aux nouvelles générations d'internautes par des gens comme Rheingold dans les années 80 qui définit les communautés virtuelles comme un groupe d'utilisateurs « qui manient les fora, la messagerie et/ou les outils de groupware pour échanger sur les réseaux ». Selon Pierre Lévy, le développement des communautés virtuelles est l'un des plus grands événements de ces dernières années entraînant de nouvelles pratiques. Il les définit comme un groupe de personnes « en relation par les moyens du cyberspace ; cela pouvant aller d'une simple liste de diffusion temporaire, jusqu'à des communautés dont les membres entretiennent des relations intellectuelles, affectives et sociales solides »²⁶. Il ajoute aussi, que la plus part des communautés virtuelles sont par nature « déterritorialisées et réunissent des personnes intéressées par les mêmes thèmes, passions, projets et idées ». C'est pourquoi elles sont parfois appelées « communauté d'intérêts ».

De plus, selon les spécialistes qui se sont penchés sur la question, les communautés virtuelles doivent être conçues comme entremêlées et perméables les unes aux autres, plutôt que séparées ou isolant les individus. Celles-ci favorisant, au contraire, l'échange et le partage. De même, un autre aspect caractérise les communautés : le besoin d'agir et d'interagir. La communauté virtuelle crée du lien entre les internautes qui se retrouvent et s'identifient autour de valeurs communes. Les communautés d'intérêt se créent autour d'un point d'ancrage commun : la communication et l'échange d'information sur des sujets variés attendant à la vie personnelle ou professionnelle. Le but de la communauté

²⁵ BOUGHZALA, Imed ; ERMINE, Jean-Louis. *Management des connaissances en entreprise*. Paris : GET et Lavoisier ; Hermes sciences, 2004.

²⁶ LEVY, Pierre. *Cyberdémocratie : essai de philosophie politique*. Paris : Odile Jacob, 2002

virtuelle n'est pas de faire de l'audience, cependant, cette audience lui est nécessaire pour survivre. Par définition la communauté doit, en effet, être dynamique, vivante et ouverte, cela passant par une participation active de ses membres, sans laquelle elle n'a plus de raison d'être. Ainsi, le propre d'une communauté demeure la communication et l'échange sous toutes ses formes, impliquant un réel engagement de la part de chacun des membres qui l'a constituée.

Enfin, toute communauté se soumet à des règles. En effet, les membres d'une communauté se reconnaissent dans des pratiques et des règles qui doivent être acceptées et respectées par tous les membres. On parle alors, parfois, de « Netiquette » dans les chat ou les fora. Ces règles garantissent la bonne marche de la communauté et permettent d'identifier et d'écarter les internautes un peu trop zélés. Au nom de ces règles, la communauté se régule toute seule. La liberté prime, donc, dans les communautés virtuelles ainsi que l'égalité des membres, à condition bien sûr que tous jouent le jeu et respectent les conditions préalablement fixées. Ces règles peuvent être imposées et rappelées par un « modérateur » chargé de veiller au bon fonctionnement de la communauté. En l'absence de modérateur, chaque membre peut être responsabilisé et appelé à se soumettre volontairement à ce règlement.

En résumé, la vocation première d'une communauté virtuelle reste la communication et l'échange basés sur le respect mutuel. Les communautés allient, donc, technologies de communication et volonté humaine de se rassembler autour de centres d'intérêt communs. Une fois ceci précisé, on peut alors se poser la question de savoir si le blog correspond à la notion de communauté virtuelle telle que l'on vient de la définir. Ce nouvel outil de publication, d'abord à usage individuel, peut-il vraiment être comparé aux communautés virtuelles voire même identifié comme une nouvelle forme de communauté ?

2. ENTRE ESPACE PRIVE ET ESPACE PUBLIC

« Le blog est né de la nécessité de chroniquer régulièrement l'apparition de nouveaux sites web »²⁷. Mais rapidement leur usage s'est développé et diversifié. L'instantanéité, l'interactivité et l'interconnexion sont devenus les maîtres mots de ces nouveaux outils de communication. Si pour certains, le blog peut, sans nul doute, être identifié comme une nouvelle forme de communauté virtuelle, pour d'autres la forme est encore en train de se chercher « à l'intersection de l'intime et du public ». Certes, la vocation première du blog consistait à pouvoir se créer un espace à soi, personnel, pouvant accueillir toute sorte d'informations plus ou moins intimes. Les blogs personnels, surtout utilisés par les adolescents, existent encore et ne cessent de se développer ; cependant d'autres formes de blogs se sont aussi étendues tels que les blogs thématiques, qui eux n'ont plus vraiment à voir avec les carnets intimes des adolescents. En tant que lieu de publication, individuel ou collectif, les blogs thématiques permettent l'expression de points de vue personnalisés, dans l'attente d'un retour sur ces prises de position ; dans ce cas, l'espace personnel tend à devenir public, le blogueur écrivant, dans le but de susciter l'intérêt et d'engager autour d'un billet un échange, une réflexion voire un débat. Ainsi pour certains « le propre des blogs est de rendre cette communication publique²⁸ ».

De même, pour certains le phénomène se situe « dans le droit fil de ce qui est la qualité principale de la Toile : la communication many to many, ou horizontale »²⁹, comme la messagerie électronique et les messageries instantanées, favorisant avant tout la communication et l'interactivité. De ce point de vue, le blog rentre, donc, bien dans la logique de la communauté virtuelle se faisant un devoir d'échanger et de susciter l'intérêt pour capter et conserver une audience.

Cependant certains utilisent justement la notion « d'audience » pour différencier le blog de la communauté d'intérêt. Selon Isabelle Gonon³⁰, le blog

²⁷ *Blog story*. Op. Cit. p. 11, note 6

²⁸ PISANI, Francis. Op. Cit. p. 8, note 1

²⁹ Ibid

³⁰ KLEIN, Arnaud. SynthèseBlogIC. *FING.ORG* [en ligne]. Décembre 2004

échappe « à la logique économique ». Un forum, un portail, une communauté d'intérêt, doivent, pour survivre, se développer et générer du trafic, des échanges, des interactions importantes. Tandis que le blog n'a pas besoin de cette condition pour survivre, « puisqu'à la limite il peut vivre seul, quitte à s'éteindre plus rapidement mais la plupart des blogs sont éphémères ». Suivant cette logique, le blog ne serait, donc, pas fait pour durer, contrairement aux communautés qui doivent tout mettre en œuvre pour perdurer et légitimer leur présence sur le Web. Le blog n'a donc pas besoin d'« une raison » pour exister, il en a besoin d'une seulement pour durer.

Comparons maintenant le fonctionnement d'une communauté, à celui d'un blog. Wenger³¹ définit trois niveaux de participation dans une communauté. « Au premier niveau, nous trouvons un noyau dur qui représente généralement 10 à 15% des membres d'une communauté ; au second niveau, il y'a le groupe de membres actifs qui représente 15 à 20% d'une communauté. Une large portion des membres est enfin à la périphérie de la communauté. En dehors des trois niveaux de participation, il y'a tous ceux qui entourent la communauté, qui n'en sont pas membre mais qui montrent un intérêt réel envers elle ». A la lumière de cette analyse, il semblerait bien que le blog suive la même logique de fonctionnement qu'une communauté, le noyau dur étant, néanmoins, plus immuable que celui d'une communauté du fait qu'il se constitue, souvent, d'une personne unique. Hormis cela, on retrouve bien le principe des membres actifs, pour le blog on parle « d'habitues ». De même, on retrouve cette notion « de membres périphériques », ce terme pouvant qualifier tous les internautes qui viennent lire régulièrement le blog sans oser y participer, ne laissant jamais de commentaires. Le mécanisme du blog rappelle, donc, sans nul doute celui d'une communauté, d'autant plus que l'on parle aussi de « membres » dans le cas des blogs. De même, le blog se soumet à une autorégulation, qui n'est pas sans rappeler celle des communautés.

³¹ *Management des connaissances en entreprise*. Op. Cit. p. 17, note 20

Nous avons mentionné dans la définition des communautés, l'importance du respect des règles au sein de celles-ci. Mais qu'en est-il du blog ? Les blogueurs s'imposent-ils des règles ? La principale différence entre le blog et la communauté est la notion d'égalité des membres, primordiales pour une communauté et secondaire pour un blog. En effet, sur un blog seul(s) le ou les blogueurs à l'origine du blog, ou bien ceux qui ont été promus, font autorité. Les autres blogueurs se contentent d'émettre des commentaires. Cette distinction n'existe pas sur un forum, ou un chat ; le modérateur étant rarement considéré comme un membre à part entière de la communauté. Ainsi, les blogueurs doivent se soumettre aux règles imposées par le blogueur responsable du blog, au risque en cas de violation de ces règles, de voir son message retiré du blog. L'une des règles qui semblent très importantes sur un blog est celle du respect du droit d'auteur. En effet, de par le système de *trackback*, l'habitude de citer la source originale pour ensuite la commenter, se répand de plus en plus. Cette pratique permet, alors, de mettre une information en valeur. Les blogueurs, en écrivant un commentaire et en éditant un lien vers la source initiale, deviennent des distributeurs de ce contenu. Sur un blog, il ne s'agit donc pas de s'attribuer les idées d'un autre, mais plutôt de les reprendre pour les commenter ou les compléter. L'aspect ludique du *trackback* favorise son utilisation tout en garantissant la « promotion » des idées d'autres blogueurs. Cet idéal, répond là encore aux attentes de toutes communautés, à savoir partager et enrichir des idées, tout en respectant et en reconnaissant les contributions de chaque membre. Pour les blogueurs, il est, en effet, important de s'intéresser à ce qu'y peut se dire sur les autres blogs, afin de constituer une sorte de réseau autour de thématiques, leur permettant de s'auto-alimenter les uns les autres.

En effet, la notion de réseau est primordiale quand on étudie les blogs de près. Et c'est, sans aucun doute, cette dimension qui les rapproche le plus des communautés virtuelles.

3. LA BLOGOSPHERE, UN MICRO RESEAU SUR LA TOILE

D'après la définition proposée par l'Office Québécois de la langue française, « la blogosphère désigne l'ensemble des blogs présents sur le Web », ce terme pouvant aussi être utilisé pour identifier « la communauté des blogueurs, souvent reliés entre eux ». Certains spécialistes voient dans la blogosphère un phénomène comparable à la naissance des salons et des cafés en Europe durant le XVIII^e siècle. Des lieux qui ont favorisé les échanges et les rencontres, devenant de véritables espaces de socialisation. Tandis que d'autre l'identifie déjà comme une micro société se développant au cœur du Réseau.

La blogosphère est née de l'interconnexion des blogs. Pour Darlène Fitcher, la facilité avec laquelle on peut relier les blogs entre eux a engendré « une frénésie de l'enchaînement du blog au blog ». Chaque blogueur cherchant, consciemment ou inconsciemment, à faire en sorte que son travail soit lu et identifié par d'autres. La blogosphère peut donc être vu comme le résultat du mariage réussi entre la facilité technique de l'outil blog et le besoin de rapprochement, voire de « raccordement », des internautes. Mais peut on pour autant comparer la blogosphère à un réseau ?

Selon la définition de Howard Rheingold les communautés virtuelles sont des « regroupement socioculturels qui émergent du réseau lorsqu'un nombre suffisant d'individus participent à ces discussions publiques pendant assez de temps en y mettant suffisamment de cœur pour que des réseaux de relations humaines se tissent au sein du cyberspace ». Ainsi, les communautés virtuelles ont pour vocation de développer des liens entre les membres, constituant un réseau plus humain, axé sur les individus. Or, on l'a vu, les relations entrent blogueurs peuvent s'établir du fait de centres d'intérêts communs favorisant un rapprochement. Le blog est, certes, axé sur l'individu et paraît bien plus individualiste que le forum ou le chat, cependant, la base essentielle de cet outil demeure l'interconnexion. En effet, un blog ne peut survivre en dehors de la blogosphère. Pour perdurer il doit avant tout être relié. On ne peut donc pas réduire le phénomène blog à un simple délire égocentrique ; en réalité la volonté

d'interaction et d'ouverture demeure souvent à l'origine des blogs fonctionnant le mieux. Pour être reconnu, un blogueur doit, donc, trouver et asseoir sa place au sein de la blogosphère. Cette dernière peut, alors, de ce point de vue, être comparée à un réseau dans lequel il est important de s'intégrer pour durer en tant que blogueur.

« Les blogueurs fonctionnent en communauté, explique Guillaume du Gardier, ils échangent avec des gens qui ont les mêmes préoccupations et renvoient leurs lecteurs sur les sites d'autres blogueurs qui traitent de la même thématique qu'eux³² ». L'interconnexion, est le principe de base des blogs, celle-ci se traduisant par diverses pratiques telles que la citation (le *trackback*) ou le *blogrolling*: « Chaque blog renvoie vers d'autres adresses, créant ainsi un réseau d'informations presque inextinguible : la blogosphère³³ ». Le *Blogroll*, liste de liens vers d'autres ressources documentaires autour d'une même thématique constituée essentiellement de liens vers d'autres blogs, a donné naissance à une nouvelle pratique le « *blogrolling*³⁴ » qui consiste à surfer d'un blog à l'autre en fonction de ses centres d'intérêt. Le *blogroll* est, donc, un outil de promotion fort influent, au sein de la blogosphère, permettant de relier plus visiblement les blogs les uns aux autres, tout en renforçant, dans certains cas, leur crédibilité ; comme le souligne Sébastien Paquet, universitaire à Montréal, « dans ce sens le *Blogroll* est très important, la qualité des liens vers d'autres sites reflète la qualité même du blog »³⁵. Ainsi, au sein de la blogosphère, des petits agrégats de blogs se constituent autour de thèmes communs, par le biais des citations et du *blogroll*. A la vue de ces pratiques, on pourrait, donc, proposer une nouvelle définition de la blogosphère, en la considérant non plus comme un réseau homogène, mais plutôt comme un ensemble de petits réseaux constitués de blogs qui se reconnaissent et se complètent les uns les autres.

32 REYNAUD, Nicolas. J'ai attrapé le virus du blog. *L'Expansion*. Novembre 2004

33 ROBERT, Virginie. L'entreprise face à l'arrivée des blogs. *Les Echos*. décembre 2004

34 FITCHER, Darlène. Op. Cit. p. 15, note 14

35 *Blogs : nouveaux media pour tous*. Op. Cit. p. 8, note 3

Cyril Fiévet, dans son ouvrage *Blog Story* conclu en ces termes, « on présente souvent les blogs comme une simple évolution de la page personnelle. C'est en partie vrai, mais c'est aussi simpliste. Les blogs sont conformes à la culture initiale d'Internet [...]. Au-delà des pages personnelles ils ont pris leur sens dans le cadre d'un réseau devenu social ». On peut, en effet, affirmer que les blogs ont su répondre aux attentes des internautes, favorisant l'échange et la communication, tout en permettant à chacun de se constituer un réseau (ou d'y participer), plus personnalisé, et peut être plus humain. Ainsi, à la question de savoir si le blog peut être considéré comme une communauté virtuelle, je serais tenter de répondre affirmativement. Interactivité, ouverture, création de lien entre les membres, le blog semble bien en rassembler les caractéristiques.

En partant de l'idée que le blog se présente comme une nouvelle forme de communauté, on peut alors s'interroger sur son apport en matière d'intelligence collective. En effet, selon Pierre Lévy, « une communauté virtuelle, lorsqu'elle est convenablement organisée, représente une importante richesse en terme de connaissances distribuées, de capacités d'action et de puissance coopérative [...]. Une communauté virtuelle a vocation à devenir une intelligence collective, c'est-à-dire, une source de connaissances et de créativité³⁶ ».

³⁶ *Cyberdémocratie*. Op. Cit. p. 17, note 21

C. BLOG ET INTELLIGENCE COLLECTIVE

1. DEFINITION DE L'INTELLIGENCE COLLECTIVE

« On appelle *intelligence collective (IC)*, la capacité humaine de coopérer sur le plan intellectuel pour créer, innover, inventer³⁷ ». Pour Pierre Lévy, l'intelligence collective consiste, plus précisément, à « mobiliser au mieux et à mettre en synergie les compétences des individus, en partant du principe que chacun sait quelque chose et est doué de compétences et de savoir faire³⁸. Cette intelligence collective peut aussi se traduire en acte, par le biais d'échanges de connaissances, de partages d'expériences, et de réflexions communes autour de problèmes ou d'intérêts communs. Cependant, de plus en plus de théoriciens, ajoutent à la notion d'intelligence collective, un aspect plus technique. Parmi eux, Pierre Lévy, défend la thèse selon laquelle l'essor des technologies de l'information et de la communication est indissociable de l'évolution de l'intelligence collective, celles-ci offrant « l'occasion de promouvoir une forme originale d'intelligence ».

Précisons, aussi, que l'intelligence collective ne doit pas être confondue avec l'intelligence artificielle. L'IC a, en effet, une visée plus humaine. Pour Pierre Lévy, elle peut, notamment, contribuer à « renforcer le lien social³⁹ ».

Dans notre société, l'intelligence collective prend de plus en plus de place, et on assiste à une certaine prise de conscience quant à ces possibilités. Ainsi, certains ouvrages n'hésitent pas à avancer l'idée que l'IC est l'avenir des sociétés et des économies actuelles, celle-ci favorisant « la création scientifique, technique, économique et culturelle dans tous les domaines⁴⁰ ».

Aujourd'hui, l'IC dispose de moyens techniques fort intéressants pour se développer. Aussi, comme l'affirme Olivier Zara, « les technologies de l'information et de la communication ont permis de rendre accessible

³⁷ *FING .ORG*. Op. Cit. p. 19, note 25

³⁸ *Cyberdémocratie*. Op. Cit. p. 17, note 21

³⁹ Ibid

⁴⁰ Ibid

l'information, de la stocker et de la partager. Elles augmentent la performance des interactions humaines et donnent à l'information une valeur opérationnelle⁴¹ ». En ce sens, on peut affirmer que les technologies de l'information et de la communication (TIC) ont favorisé le partage de ressources documentaires et intellectuelles, tout en permettant aux gens de ce rapprocher, de communiquer et de travailler ensemble. Au travers des nouvelles technologies de l'information, l'IC se dote de moyens pour exister et étendre ses applications dans nombreux domaines, comme on peut le constater, de plus en plus, dans le monde de l'entreprise et de l'enseignement. La « démocratisation de l'utilisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication⁴² » a donc permis à l'IC de se concrétiser. La démocratisation des TIC pouvant, alors, se traduire par une certaine facilité d'utilisation et de diffusion de nouveaux outils favorisant les échanges. Le blog pourrait alors entrer dans cette catégorie d'outils, permettant lui aussi, à son niveau, de rapprocher, voire de fédérer, les intellects autour de préoccupations et de réflexions communes.

Après avoir rappelé les caractéristiques et les conditions favorisant l'IC, on peut alors, se demander si le blog peut devenir un outil d'intelligence partagée. Répondre à cette question, nécessite d'abord que l'on envisage le blog comme une TIC à part entière, et c'est en tant que telle que nous pourrions, alors, nous interroger sur son potentiel en terme d'intelligence collective.

2. LES BLOGS, UN RESEAU D'INTELLIGENCE PARTAGEE

« Interconnectés les uns aux autres au moyen de leur ordinateur, les individus sont, désormais, en mesure de produire de nouveaux savoirs en mettant en commun leur savoir faire et leur imagination⁴³ ». La notion d'intelligence collective implique celle de communication, de collaboration et de partage de la connaissance. « L'intelligence va émerger des interactions et des réflexions

⁴¹ ZARA, Olivier. Pour le management de l'intelligence collective. *Le Journal du Management* [en ligne]. Novembre 2004.

⁴² *Cyberdémocratie*. Op. Cit. p. 17, note 21

⁴³ Ibid

menées par des groupes d'individus⁴⁴ ». Les outils informatiques, les réseaux et surtout le Réseau Internet ont permis une évolution de la notion d'intelligence collective, favorisant « une communication tous - tous⁴⁵ ». Les blogs, par leur simplicité d'utilisation et leur gestion automatique de l'information ouvrent, dans la continuité d'Internet, de nouvelles voies de coopération et d'accès à la connaissance. Il semble, donc, qu'ils aient un rôle à jouer dans le développement de l'intelligence collective. On l'a vu, le blog crée du réseau, rassemblant des internautes autour de questions communes ; certains blogs devenant alors de vrais espaces de réflexion. Ainsi, on trouve des blogs scientifiques⁴⁶, animés par des spécialistes, où se mêlent propos scientifiques et simples observations de passionnés. De même, pour les blogs animés par les professionnels de l'information qui regroupent des commentaires de professionnels et de non professionnels. Nicolas Morin, auteur de *Biblioacid*, précise à ce sujet : « d'après les statistiques, j'ai vu qu'il y'avait des gens non professionnels, mais qui tournent autour de la documentation ou de l'informatique documentaire, qui lisent le blog. C'est intéressant, cela élargi le cercle. On échange des points de vue et on a des discussions avec des gens qui ne sont pas du même *moule* que nous, ce qui apporte une ouverture par rapport à la profession ». Le blog favorise donc, une ouverture et une réflexion plus large autour d'un sujet. L'intelligence collective passant aussi par cette nécessaire ouverture, source d'apports mutuels.

Mais au delà, de cet aspect interactif et communicationnel, le blog n'est pas sans rappelé le fonctionnement des communautés de chercheurs, berceau de l'intelligence collective. Certains définissent le blog comme une « communauté en réseau, validée par l'hypertextualité⁴⁷ ». La pratique du *trackback* et du *blogroll* semble, en effet, découler des habitudes des scientifiques, « la syndication de contenu est une forme avancée, et automatisée, de la citation et du montage d'extraits d'informations de diverses sources ». Selon Sébastien Paquet,

⁴⁴ *FING.ORG*. Op. Cit. p. 19, note 25

⁴⁵ *Ibid*

⁴⁶ Voir, par exemple, *Grimoire* <http://www.flecam.com>, blog d'une chercheuse en science sociales ou *Science blog* <http://www.scienceblog.com/cms/index.php>

⁴⁷ RAYMOND, Jean-Luc. Atelier "Blogs" : Journée Cybercentres Nord-Pas-de-Calais a Wallers (26 octobre 2004). *Klogfr* [en ligne]. Octobre 2004.

universitaire à Montréal, les blogs « stimulent la qualité, on y retrouve le même processus que celui existant dans la littérature universitaire et scientifique. La citation à travers le lien hypertexte joue là encore un rôle de validation⁴⁸ ».

On l'a vu, un blog ne peut survivre longtemps isolé, il doit être interconnecté, ceci passant par la citation ou le blogroll. Tout comme, dans les revues scientifiques, la citation est un facteur de valorisation dans la blogosphère. Les idées se complètent, s'enrichissent et sont rendues plus fortes par des interactions plus profondes et des boucles de rétroaction plus rapides. Ainsi, un propos lancé sur un blog, peut générer une véritable réaction en chaîne, celui-ci pouvant, alors, se voir décortiqué, analysé, complété ou bien contredit par un nombre impressionnant de personnes. Bien sur, pour assister à une telle mobilisation neuronale, il faut à la base que le propos d'origine ait suscité l'intérêt.

La pratique du trackback permet, donc, d'identifier d'autres sources potentiellement intéressantes, tout en évaluant la crédibilité d'un propos. Aujourd'hui, les blogs qui fonctionnent le mieux sont ceux qui comptabilisent le plus de liens entrants et sortants. Ainsi on pourrait imaginer utiliser un jour, comme dans le cas des revues scientifiques, le calcul du « facteur d'influence »⁴⁹, afin d'évaluer la qualité d'un blog.

Aussi, on le voit les possibilités du blog en tant qu'outil au service de l'intelligence collective sont assez intéressantes. Favorisant la réflexion de groupe et la reconnaissance des idées naissantes en son sein, la blogosphère offre un espace de développement à la pensée humaine. Cependant comme, le souligne Dominique Wolton, « avec une technique de communication, l'essentiel est moins la performance de l'outil que le lien existant entre cette technique et le projet auquel elle peut être affectée⁵⁰ ». Les blogs peuvent être un excellent outil d'intelligence partagée, à condition qu'il y'ait derrière la volonté de les utiliser comme tel. L'outil en lui-même ne suffit pas, il doit être complémentaire d'une vraie volonté d'ouverture et de réflexion commune. Le blog ne crée pas l'intelligence collective, mais peut devenir un moyen de la mettre en pratique, en

⁴⁸ Les blogs : nouveau média pour tous. Op. Cit. p. 8, note 3

⁴⁹ Nombre de citations dont la revue à fait l'objet / nombre de citations faites par la revue

⁵⁰ WOLTON, Dominique. *Internet et après*. Paris : Flammarion, 1999.

s'appuyant, et surtout en facilitant, des pratiques déjà existantes. Ainsi, c'est au niveau collectif qu'apparaît la magie du weblog, conclu le magazine *The transitioner*, « la foisonnante intrication des pages et des expériences individuelles connectées entre elles par le sens constitue un extraordinaire agrégat d'expérience collective. Explorer un sujet dans les weblogs, c'est entrer à chaque fois dans une mini galaxie du savoir ».

A travers ces perspectives, le blog pourrait bien alors, se rapprocher de la promesse initiale d'Internet, comme moyen « d'expression individuel, où des milliers de voix puissent s'exprimer, communiquer entre elles et établir des relations⁵¹ ». Cependant, cette « démocratisation » de la parole et du savoir connaît encore quelques limites.

3. ENTRE DEMOCRATISATION DU SAVOIR ET DESINFORMATION

« *Devenir auteur*, tel devrait être la devise inscrite au fronton de l'école du XXI^e siècle. Utopie démocratique, que les nouveaux systèmes symboliques numériques se doivent de prolonger⁵² ». Les blogs répondent à un besoin des internautes de s'exprimer, d'échanger, de converser avec d'autres personnes ; leur permettant de devenir tour à tour consommateur et producteur d'information. Avec la révolution des technologies de l'information et de la communication, le savoir a changé de dimension, « il est désormais potentiellement accessible à tous et à tout moment. Il se démocratise, en ce sens que tous peuvent émettre des idées, réorganiser l'information, s'insurger ouvertement d'une décision ou d'un règlement, se trouver des appuis⁵³ ». Il n'y a pas si longtemps, l'usage d'Internet était encore limité à une élite de chercheurs, de militaires ou d'initiés. Or, aujourd'hui les technologies de l'information sont entrées dans le quotidien. Pour

⁵¹ LEMENEUR, Loïc. *Les blogs et leur utilisation en interne pour les entreprises* [Pdf]. 2004

⁵² WEISBERG, Jean-Louis. *Croyance, expérimentation, fiction : la crise de croyance dans les médias de masse. Sociologie et Sociétés*. Presse de l'Université de Montréal, 2000.

⁵³ MENARD, Louise. *Découverte et développement de l'intelligence collective dans une communauté d'apprentissage. Protic3 [en ligne]*. Avril 2001.

certains les blogs, remettent l'internaute au cœur du « processus de création de richesses sur Internet ». Le réseau n'est plus seulement une gigantesque bibliothèque consultable par quiconque, il devient aussi un gigantesque ouvrage auquel tout le monde peut participer. Les nouvelles idées et les informations de toute sorte peuvent circuler librement sur la Toile, avec une facilité et une rapidité impressionnante. La notion de gratuité renforce aussi, l'idée de « démocratisation » du savoir. Publier de l'information n'est plus réservé à ceux qui en ont les moyens, au contraire, avec le blog, chacun peut être éditeur.

Selon Andrew Sullivan, auteur d'un blog très influent, « les blogs sont aux mots ce que Napster était à la musique ». Ils placent, en effet, la simplicité d'utilisation et la liberté d'action au centre de leurs usages, redonnant, ainsi, l'initiative à l'internaute. Cependant, il ne faut pas se tromper pour autant quant à l'importance du phénomène. En effet, le nombre de personnes qui consultent les blogs n'est pas considérable. Selon l'enquête menée par le Pew Center, « seulement quatre pour cent des Américains qui ont accès à Internet consultent des blogs pour y trouver des nouvelles et des opinions⁵⁴ ». Suite à cette observation, le terme de « démocratisation du savoir » peut alors, paraître un peu trop fort. Cependant, le phénomène blog correspond assez bien à ce que Benoit Desavoie appelle « une réappropriation du Web par les internautes ». Les blogs favorisant la production et l'action des internautes, tout en leur octroyant une place particulière au sein du Réseau.

Si les blogs paraissent répondre aux caractéristique d'une innovation couronnée de succès, il semblerait par contre qu'ils ne réunissent pas encore toutes les conditions permettant d'en parler comme d'une révolution. Le terme de « révolution » implique, en effet, une évolution importante des pratiques socioculturelles, or pour le moment on ne peut établir que les blogs suscitent une telle évolution. Certes, ils facilitent l'échange et l'ouverture de l'information, mais leur usage, visant à cet objectif, reste encore limité.

⁵⁴ PISANI, Francis. Op. Cit. p. 8, note 1

Avec les blogs, la diffusion d'information ne semble plus réservée à une élite. L'information, autrefois, détenue par une minorité, paraît aujourd'hui pouvoir être diffusée et commentée par la plus grande majorité. Cette observation amène certains enthousiastes à parler de « démocratisation » de l'information. Or utiliser ce terme sous entend que tout internaute est égal face à l'information qu'il trouve ; tous pouvant l'utiliser et la redistribuer de façon identique. Mais est ce vraiment le cas ? Sommes nous tous égaux face à la masse informationnelle ? Dans son ouvrage *Internet et après*, Dominique Wolton souligne l'importance de la « compétence », source d'inégalité face à l'information, qui ne peut en aucun être supplantée par la technologie. C'est, au contraire, l'association de la « compétence » et de la technologie qui favorise la démocratisation du savoir, et non pas la technique pure. Ainsi, dans le cas des blogs, nous verrons plus tard que les compétences des professionnels de l'information peuvent ajoutée une valeur à la technologie blog, et c'est seulement cette association qui rend l'outil intéressant pour eux.

Mais, actuellement cette notion de « compétence » relative à la sélection, et au filtrage de l'information diffusée sur les blogs, n'est pas encore au cœur des préoccupations de tous les blogueurs. Le risque de surinformation voire de désinformation existe, donc, bien dans le contexte des blogs. La plus grande faiblesse de cet outil réside dans ce qui constituent paradoxalement sa plus grande force et ses principes de base : la rapidité, la simplicité et la liberté de ton. En effet, lors de l'enquête⁵⁵ menée auprès de soixante cinq professionnels de l'information, cette idée est souvent revenue. Il semblerait alors, que pour certains, rapidité, liberté et simplicité ne riment pas forcément avec information de qualité. De ce point de vue, les blogs seraient, donc, victimes de leur propre succès.

La qualité informationnelle des blogs, reste un débat ouvert, à laquelle il me se serait difficile d'apporter une réponse définitive. Cependant, conjugués à des savoirs faire particuliers et un projet défini, les blogs peuvent devenir un outil fort intéressant pour les professionnels de l'information. Leur utilisation tend à

⁵⁵ Voir le dépouillement de l'enquête, annexe I c

s'étendre, tandis que leurs possibilités d'application dans le domaine professionnel sont de plus en plus étudiées. Le secteur de l'entreprise est d'ailleurs, l'un des premiers à s'être intéressé à cet outil, réduisant souvent son application au domaine du marketing. Nous verrons, alors, que ces possibilités sont bien plus étendues. Travail collaboratif, suivi de projet, communication interne, le blog peut répondre à de nombreux objectifs, facilitant le travail des professionnels de l'information, notamment en terme de management des connaissances.

PARTIE II

BLOG, TRAVAIL COLLABORATIF ET GESTION DES CONNAISSANCES

A. LES BLOGS COMME OUTIL DE GROUPWARE

1. UN NOUVEL OUTIL DE TRAVAIL COLLABORATIF ?

Aujourd'hui de plus en plus d'études tentent de rechercher en quoi les TIC peuvent faciliter le travail collaboratif. En tant que telle, le blog peut donc trouver sa place dans une réflexion en lien avec cette problématique.

Les plus pragmatiques commencent déjà à utiliser l'outil blog pour développer en interne de nouvelles formes de travail collaboratif. On parle alors de « Plog⁵⁶ », contraction de « Project blog ». Mais, à l'heure de l'explosion du travail en réseau, le blog supplantera-t-il les outils collaboratifs ?

Selon Gilles Balmisse⁵⁷, « Le premier service attendu par un groupe de travail collaboratif est la possibilité de partager des documents à partir desquels les membres pourront interagir et échanger ». Les fonctionnalités de gestion sont essentielles dans une plate forme de travail collaboratif, la gestion de contenu ayant pour objectif d'aider les membres à gérer « le cycle de publication » et, donc, à faciliter la création, la validation, l'organisation et la distribution du contenu. Le blog semble bien répondre à cette première condition. Des fonctionnalités comme l'archivage et l'indexation automatiques, la catégorisation des billets, ou l'utilisation d'un moteur de recherche interne, offrant une vraie possibilité de gérer et structurer le contenu produit. L'information est, alors, centralisée, archivée et accessible à tous et à tout moment, par opposition aux emails qui sont stockés dans les dossiers des utilisateurs voire détruits après leur lecture.

De plus, toujours selon Gilles Balmisse, l'outil de travail collaboratif doit proposer une interface simple et agréable, or à ce niveau là encore, le blog se présente comme une solution, comme le souligne, d'ailleurs, Mme Amy Wohl, conseillère en informatique, « ils [les blogs] constituent une façon agréable pour

⁵⁶ Expression utilisée la première fois par Roland Piquepaille en mai 2004.

⁵⁷ BALMISSE, Gilles. Les outils de travail collaboratif. *Archimag*. Juin 2004, n°175.

les employés de partager un même moyen de recherche, d'analyse et de choix de l'information⁵⁸ ».

Enfin, à entendre les experts, l'avenir du blog résiderait dans son utilisation pour la gestion de projets. Afin de faciliter le suivi de projet, les plates forme de travail collectif s'appuie sur différents éléments : un calendrier partagé très performant (souvent relayé par des agents intelligents capables de gérer les agendas personnels), un gestionnaire de tâches, un système d'alerte signalant les éventuels dépassement des délais, et enfin, un système de notification par email qui permet aux membres d'être informés des dernières modifications. Hormis, la notification par email, le blog ne dispose pas encore de telles capacités, cependant certaines plates forme de blogging telle que *Typepad* réfléchissent déjà au développement de telles fonctionnalités. Le blog pourrait, donc, à l'avenir, se tourner réellement vers ce type de service, proposant des fonctions plus poussées, axées sur la gestion de projet. Mais actuellement, ces possibilités en terme de gestion de projet reste simples et limitées, bien qu'il soit utilisé, on le verra, de plus en plus dans ce but.

A l'heure actuelle, la grande force du blog reste indéniablement sa capacité à diffuser rapidement et efficacement l'information au sein d'un groupe de personnes, et c'est assurément en cela que son utilisation, en tant qu'outil de travail collaboratif, est la plus intéressante. Mieux communiquer et favoriser la transparence, ces deux principes sont, indéniablement, liés à la réussite du travail collaboratif. Le blog permet une communication ciblée sans intermédiaire. Ainsi, dans le cadre de la gestion d'un projet, il permet de rassembler et de rendre accessible à tout moment des informations produites par des personnes différentes, et de confronter ces informations aux commentaires de toutes les personnes intéressées. Le blog permet, en effet, de publier rapidement et donc, d'informer au plus vite les collaborateurs, « publier facilement c'est permettre au détenteur de l'information d'en assurer lui-même la diffusion, ce qui en assure la fraîcheur et la pertinence⁵⁹ ».

⁵⁸ PISANI, Francis. Internet saisi par la folie des « weblogs ». *Le monde diplomatique*. Août 2003

⁵⁹ [S.N]. Les entreprises découvrent les vertus du blog. *Le Soir*. janvier 2005

Historiquement la messagerie électronique a joué ce rôle, contribuant à l'émergence du groupware, mais fonctionnellement elle reste trop limitée. Comparée à l'email, sur un blog, la communication est diffusée de manière totalement inverse, l'outil permettant d'informer d'une seule voix toutes les personnes concernées par le projet. Ce type de communication évite, alors, le « bourrage intensif » des boîtes de courrier électronique, générant une perte de temps importante dans le tri des emails. Les collaborateurs intéressés peuvent tout simplement consulter le blog, tandis que ceux qui ne se sentent pas concernés ne se voient pas « bombardés » de mails sans intérêt pour eux.

De plus, le contenu des weblogs projet peut aussi être regroupé sur un portail d'informations thématique ou par département, afin que tout le monde puisse suivre ce qui s'y passe.⁶⁰

Ainsi, selon le Blog *Activeille*⁶¹, pour être productif, le travail collaboratif doit s'appuyer sur des outils « faciles d'emploi qui permettent aux acteurs d'agir de façon autonome et des modes de communication asynchrone : les inévitables absents sont excusés et ont droit à une session de rattrapage grâce à la publication des travaux dans l'espace collaboratif ». Les blogs sembleraient, alors, répondre à ces attentes. Certes, ils ne sont pas encore parfaits, mais à l'ère de la décentralisation, l'outil peut favoriser le rapprochement entre les personnes tout en favorisant la visibilité de leurs échanges et le résultat de leurs travaux. C'est, sans doute, pourquoi de nombreuses entreprises et écoles s'intéressent d'ores et déjà à la manière dont elles pourraient utiliser les weblogs pour faciliter la communication et les transferts de connaissances.

⁶⁰ GONAY, Hervé. Les Blogs et la gestion de projet. *Portail d'entreprise* [en ligne]. Nov. 2004.

⁶¹ AURIGANCE. *Activeille*. 2001.

2. L'UTILISATION DU BLOG DANS L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR

Les blogs favorisent le partage des connaissances et la construction coopérative de projets pédagogiques entre étudiants, entre les membres d'une communauté éducative ou au sein d'un groupe de recherche. La simplicité d'utilisation permet aux étudiants et aux chercheurs de créer facilement des pages web ainsi que de partager leurs expériences et leurs projets. Ce type de blog pouvant alors, favoriser l'accès à des documents (tels que des pré-print ou des rapports, dans le cas de blogs animés par des chercheurs) et des réflexions très intéressants. Citons, en exemple, le blog de l'Université de Technologie de Troyes, *UTT Weblog Cyber-journalistes* qui se définit comme un journal sur l'usage des technologies de l'information et de la communication dans l'enseignement et la formation, et illustre l'expérience de collaboration entre plusieurs membres du Centre d'Innovation Pédagogique de l'UTT.

De même, le blog *EPFL blog*⁶², mis en place par l'Ecole Polytechnique de Lausanne, propose à ces étudiants de créer leur propre blog, ceux-ci étant par la suite tous regroupés et répertoriés sur le blog de l'école, offrant à chaque étudiant (ou groupe d'étudiants) un moyen de publication simple et identifiable par tous. De plus, *EPFL blog* propose depuis quelque temps un blog inter universitaire, *Polyblog*, en partenariat avec l'Ecole polytechnique de Zurich. Cet outil offre, alors, selon certains commentaires laissés sur le blog, « une bonne occasion d'entamer une collaboration entre Lausanne et Zürich sur un projet concret ».

Un blog permet, aussi, la publication des matériels didactiques, des réalisations des étudiants et des dialogues et débats en classe, à l'image du blog *Projet TICE León - Lille* né du projet de collaboration et d'échange entre les Universités de Lille et León qui présente les différentes recherches et créations didactiques qui se sont développées dans le cadre d'un stage à l'Université de León d'une étudiante de Master FLE (Département des sciences du langage de Lille). De même, certains professeurs, à titre personnel, mettent en ligne des supports de

⁶² <http://blogs.epfl.ch/>

cours, à l'exemple d'Olivier Marx⁶³ professeur à l'IAE de Grenoble qui souhaite par cette pratique, je cite « créer de l'interactivité avec les 40 étudiants ».

De plus en plus, d'universités développent ces projets blogs. L'ISTIA (l'Institut des sciences et techniques de l'ingénieur d'Angers) ou encore Centrale Nantes ont lancé, à leur tour, leur blog, offrant aux étudiants un espace de création et de diffusion de leur travaux. Grâce à ces initiatives, le travail de groupe prend une dimension plus ludique et surtout plus ouverte sur l'extérieur. « Les weblogs permettent d'avoir une visibilité relativement continue du travail effectué dans le cadre d'un projet. Ils constituent une invitation à la discussion et permettent des échanges extérieurs qui ne pourraient voir le jour autrement » souligne deux étudiants de Central Nantes⁶⁴. Les blogs offrent aux étudiants la possibilité de publier leurs travaux, ce qui permet, alors, d'y avoir plus facilement accès. Ils peuvent ainsi faciliter le repérage des projets en cours, tout en favorisant l'accès aux ressources qui en découlent.

Certaines universités réfléchissent aussi à la façon dont elles pourraient utiliser les blogs comme support pour la présentation et l'accompagnement d'un colloque. Le blog *Rencontres de l'ASDIFLE*⁶⁵, pionnier dans ce domaine tente déjà l'expérience en proposant le programme et le téléchargement des bulletins d'inscriptions aux prochaines journées ASDIFLE organisé à l'Université Charles de Gaule à Lille. Une application des blogs forte intéressante qui pourrait permettre un meilleur retour sur de tels événements, proposant, notamment, la diffusion de comptes rendus et de documents ayant servis au cours des colloques ou des conférences.

Certains chercheurs sont également à l'origine de la création de blogs dans le milieu universitaire. Ainsi, Eric Paulos, chercheur pour Intel, est à la base de l'installation d'une série de blogs internes visant à rassembler le personnel des différents laboratoires de Berkeley et Cambridge. « Nous avons pensé qu'utiliser

⁶³ <http://oliviermarx.blogs.com/iae/> (blog protégé par un mot de passe)

⁶⁴ MAGNIN, Morgan ; PASTEUR, Christina. *Etude du concept de « weblog »*. Rapport du projet de début d'année. Informatique. Ecole Centrale de Nantes, Décembre 2003.

⁶⁵ <http://mmasdifle05.over-blog.com/>

des blogs serait une bonne manière de collaborer et de garder une atmosphère ouverte⁶⁶» confie le chercheur à ce sujet. Le type d'information partagée dans cet espace peut aller de l'annonce personnelle au compte rendu de conférence.

Dans ces cas, l'ensemble du personnel universitaire bénéficie de ces pratiques, y compris les documentalistes travaillant dans l'enseignement supérieur qui peuvent plus facilement se tenir au courant des projets et des travaux en cours. En surveillant ces blogs, le personnel des bibliothèques universitaires peut alors repérer les documents publiés tout en proposant de nouvelles ressources. On le sait, il n'est pas toujours évident pour un étudiant ou un chercheur de demander de l'aide aux documentalistes, or, par le biais de ces blogs, ces derniers pourraient apporter leur contribution. Le blog pourrait, alors, devenir un espace d'échange (moins formel que le bureau de renseignement) entre les chercheurs et les documentalistes favorisant la collaboration entre ces deux groupes.

Bien sur une telle vision du blog, nécessite beaucoup de motivation de la part de ces deux catégories d'acteurs. Les chercheurs devant jouer le jeu de la transparence, en publiant les résultats de leur travaux et en relatant leurs avancées au fur et à mesure, et les documentalistes devant s'investir afin d'anticiper sur les besoins informationnels générés par l'avancée du projet.

Les fonctionnalités du blog adaptées dans le domaine universitaire, favorisent, donc, l'échange entre un groupe de chercheurs ou d'étudiants autour d'un projet précis, tout en leur permettant de rester en contact avec d'autres groupes de personnes susceptibles de les aider. Non seulement cet outil favorise le travail collaboratif, mais il permet aussi de mettre ce travail en valeur en y facilitant l'accès.

Simple carnet de notes, ou outil de gestion projet structuré, le blog semble bien avoir sa place, en tant qu'outil de groupware, dans la recherche et l'enseignement. Son application comme tel est de plus en plus développée dans les pays anglo-saxons. Tandis que les universités françaises commencent, elles, à prendre conscience de l'intérêt du blog, à une époque où celui-ci semble déjà faire ses preuves en entreprise.

⁶⁶ [S.N]. Blogs for business ? Strip away the hype, and find a newly useful tool for communication. *Electronic Business*. Janvier 2005, Vol. 31, n°1, p. 16.

3. UN OUTIL DE COMMUNICATION INTERNE EN ENTREPRISE

A l'origine utilisés à usage privé, les blogs commencent à conquérir le monde de l'entreprise. Technorati référence à ce jour près de 5.000 blogs lancés par des sociétés, leurs dirigeants ou leurs employés. Ces corporate blog représentent aujourd'hui une part encore infime de la population totale des blogs (0,1 %) mais regroupent toutefois des entreprises comptant parmi les plus grands acteurs de la nouvelle économie tels que Microsoft, Sun Microsystems, Disney ou encore l'éditeur de bases de données Oracle. Il existe, en fait, différents types de blogs en entreprise, leur naissance répondant à des objectifs et des contextes de création différents. Pour l'heure nous nous intéresserons plus particulièrement aux blogs d'entreprise répondant à un objectif lié à la communication interne et à la diffusion d'information.

En effet, à l'exemple de Dresdner Kleinwort Wasserstein, la banque d'affaire allemande qui a installé environ 120 blogs internes pour favoriser la discussion et la diffusion de l'information⁶⁷, de plus en plus d'entreprises utilisent le blog pour promouvoir le travail collaboratif et les échanges informationnels entre leurs employés. Certains groupes comme Google ou Nike, sont en train d'adopter ce nouveau médium pour faciliter ou stimuler le travail collaboratif en interne.

« C'est parfait pour le management de projet. Même à distance, on peut travailler ensemble et, quand on se rencontre, tout le monde est au même niveau de compréhension des problèmes et de l'état d'avancement du projet⁶⁸», souligne Adriana Cronin-Lukas, de *The Big Blog Company*.

De même, chez Capgemini, en avril dernier, pour préparer le changement de marque, la société a opté pour la mise en place d'un blog. Mieke Van Handenhove, directrice de la publicité et de la marque précise à ce sujet: « Je voulais un espace qui me permette d'échanger des informations avec les directeurs de communication des autres pays, sans devoir passer par le service informatique⁶⁹». Même procédé chez Ipsos, qui espère voir, d'ici la fin de l'année

⁶⁷ MITCHELL, Rob. Technology. *Financial Times*, Décembre 2004, p. 11

⁶⁸ ROBERT, Virginie. L'entreprise face à l'arrivée des blogs. *Les Echos*. Décembre 2004.

prochaine, tous les employés de l'entreprise l'utiliser pour communiquer et travailler en coopération. « Le blog supprime les circuits d'information parallèles, qui peuvent exclure ceux qui ne font pas partie de certaines listes de diffusion, remarque Stéphane Desnault, architecte des systèmes d'information, là, tout est centralisé en un même endroit et chacun peut suivre instantanément, par exemple, l'évolution d'une étude⁷⁰ ».

Au delà de ses apports en matière de communication pure et de travail collaboratif, le blog permet aussi de fluidifier la circulation de l'information, la rendant accessible à un plus grand nombre au sein de l'entreprise. Le principal défi auquel les entreprises sont confrontées est de savoir transformer le carburant de l'information en innovation grâce au moteur de l'intelligence. Pour Jacques Chaize, ancien président national du CJD, « Il faut passer d'une information distribuée à une information disponible ». Distribuer l'information, revient à décider de l'usage qui en sera fait, c'est donc limiter sa valeur d'exploitation, en réduisant son champ d'impact et ses possibilités en terme d'exploitation. Or, l'accès direct à l'information permet à l'intelligence des salariés de s'exercer plus amplement, l'information a, alors, un plus grand champ d'impact, elle peut être interprétée et utilisée par plus de monde. L'information doit être diffusée à tous les niveaux de l'entreprise, elle doit être soumise à la réactivité et à la spontanéité de chacun, pour être source d'innovation. Les outils de groupware, tels que les blogs, surtout lorsqu'ils sont fédérés par une structure intranet peuvent se révéler comme de formidables outils de partage de l'information, permettant à celle-ci d'être véhiculée plus rapidement dans l'ensemble des services d'un organisme. « Le patron d'une entreprise peut créer en quelques minutes un weblog et diffuser directement une information sans passer par son service de presse ou par le département informatique⁷¹ » s'enflamme, déjà, Loïc Le Meneur éditeur de Typepad.

⁶⁹ MONTAIGNE, Caroline. Les blogs, un outil interactif encore méconnu des DRH. *Les Echos*. Octobre 2004

⁷⁰ Ibid

⁷¹ L'HERMINIER, Sandrine. Les sites web personnels commencent à gagner l'univers de l'entreprise. *La Tribune*. Septembre 2004.

En modifiant les flux d'information et les modes d'accès à ces informations, existants actuellement dans le monde de l'entreprise, les blogs pourraient contribuer à la « débureaucratization⁷² », tout en allégeant l'encadrement intermédiaire qui joue habituellement le rôle de relais d'information entre le bas et le haut de l'échelle. « Parce qu'elles rendent l'information accessible à tous, les technologies de l'information remettent en question les anciens modes d'organisation très hiérarchisés ; le rôle de transmetteur d'informations est transféré du *chef* vers le réseau » précise Jacques Champeaux dans son ouvrage *la Cyber entreprise*, tout en poursuivant , « l'exercice du contrôle de l'information n'est plus le fait d'un seul homme ou d'une seule *ligne verticale* mais il est distribué horizontalement à travers l'ossature de l'entreprise ». Les blogs, utilisés en tant que circuits complémentaires de diffusion d'informations, impliquent les mêmes évolutions. Facilement appropriables, cet outil pourrait bien être à la source de nouvelles pratiques informationnelles en entreprise. A travers le blog, la « hiérarchie devient plus accessible et plus humaine⁷³ » et l'information paraît moins « élitiste », les comptes-rendus, les bilans et rapports officiels peuvent, alors, être accessibles à tous.

Outil de brainstorming ou véritables plates forme de gestion de projet et de communication à distance utilisés par les plus grandes sociétés, il semblerait, que les blogs ont su, et ne cessent, de prouver l'intérêt de leur utilisation en entreprise. Souvent né de l'initiative même des employés, le blog s'impose, de plus en plus, comme outil de partage informationnel parfois à l'insu des dirigeants. Pour certains adeptes du blog en entreprise, ces pratiques, symptomatiques d'un besoin plus grand d'information et de coopération, doivent être intégrées dans la stratégie d'entreprise au même titre que celles issues des TIC qui l'ont précédé. A l'heure de l'entreprise « multi localisée⁷⁴ », de tels outils sont essentiels favorisant, notamment, le domaine du Knowledge Management.

⁷² CHAMPEAUX, Jacques ; BRET, Christian. *La Cyber entreprise*. Paris : Dunod, 2000.

⁷³ *Les blogs : nouveau média pour tous*. Op. Cit. p.8, note 3

⁷⁴ Ibid

B. BLOG ET KNOWLEDGE MANAGEMENT

1. LE CORPORATE BLOG, SYMPTOME D'UN NOUVEAU BESOIN INFORMATIONNEL

Les blogs en entreprise sont essentiellement nés de l'initiative de quelques employés, qui après avoir testé l'outil dans le cadre personnel ont décidé de l'utiliser dans leur travail. C'est ainsi que les blogs ont démarré chez Disney, aux Etats-Unis. Un petit département a créé des blogs en interne pour y publier les comptes rendus des réunions. Progressivement, les membres du département se sont habitués à lire tout ce qui se passait autour des projets sur les blogs tout en laissant des commentaires. Par la suite, ce simple outil de gestion de projet a gagné en visibilité dans toute l'entreprise. D'autres départements de l'entreprise à l'autre bout des Etats-Unis ont commencé à lire régulièrement les nouvelles de ce département. Des dizaines de weblogs internes existent désormais chez Disney. L'expérience a fait écho et de nombreux départements commencent à diffuser les informations relatives à leur travail quotidien, de leurs réunions, leurs expériences et leurs problèmes, indépendamment de l'organigramme de l'entreprise. De telles initiatives sont révélatrices d'un besoin plus important d'échange, les salariés ressentant le besoin de partager et de se tenir au courant de ce qui passe dans les autres services. Le blog devient, alors, dans ce contexte un moyen de « décloisonner⁷⁵ » les différents services d'une entreprise, tout en démocratisant la diffusion et l'accès aux informations jusque là détenues par un petit nombre.

Selon l'ouvrage *La Cyber entreprise*, l'implantation de nouveaux systèmes d'information suscitait souvent des craintes ou des réticences parmi les autres collaborateurs. Or, actuellement, la dynamique est inversée : les utilisateurs sont preneurs, « ce sont eux qui tirent l'entreprise vers les TIC ou qui la poussent à aller plus vite car ils veulent pouvoir tirer parti d'outils dont ils discernent les bénéfices potentiels ». Avec les blogs, on assiste au même processus, les employés se sont appropriés, d'abord à titre personnel, des outils puis, les insèrent

⁷⁵ *Les blogs : nouveau média pour tous*. Op. Cit. p.8, note 3

dans leurs habitudes de travail afin de répondre à de nouvelles nécessités, en l'occurrence une plus grande facilité et rapidité d'échange informationnel.

Nés de la volonté de quelques uns, les blogs pourraient bien contribuer à changer les comportements d'un plus grand nombre. « Ils pourraient pousser les salariés à échanger plus d'informations, à être moins individualistes. Car, pour l'instant, les outils existants demandent trop d'efforts⁷⁶», remarque Philippe Chevassut, responsable gouvernance et stratégie des systèmes d'information chez Orga Consultant. Ainsi, pour certains défenseurs du blog en entreprise, à l'heure où « les rapports sont vastes et les pressions de temps-à-marché exigent des communications rapides, les blogs peuvent apporter une nouvelle agilité à la main d'œuvre⁷⁷ ».

Par l'intermédiaire des blogs, les employés ont su trouver un moyen, sans doute plus proche de leurs attentes, de compléter voire de contourner les circuits de diffusion traditionnels. Le blog leur permettant, notamment, de prendre plus facilement part à la vie de l'entreprise, tout en favorisant le travail collaboratif, source d'intelligence plus performante. D'après Peter Senge, leader de Learning Organizations, « dans un monde toujours plus dynamique, interdépendant et imprévisible, une seule personne n'est plus en mesure de trouver toutes les solutions depuis le sommet. L'ancien modèle fondé sur la *tête et les jambes* doit aujourd'hui céder la place à une intégration de la réflexion et de l'action à tous les niveaux⁷⁸ ». Le blog favorise indéniablement l'autonomie et la participation des salariés désireux de s'investir plus activement, donnant à chacun la possibilité de s'informer et de réagir.

Les professionnels de l'information spécialistes de l'entreprise, prennent progressivement conscience de l'intérêt et des possibilités de telles initiatives, intégrant, de plus en plus, ces pratiques dans une logique de Knowledge Management.

⁷⁶ MONTAIGNE, Caroline. Op. Cit p. 41, note 13

⁷⁷ Blogs for business ? Op. Cit. p. 39, note 10

⁷⁸ *La Cyber entreprise*. Op. Cit. p. 42, note 16

2. UN NOUVEL OUTIL DE KNOWLEDGE MANAGEMENT ?

Les entreprises évoluent dans un environnement de plus en plus complexe et instable. Pour répondre à de nouveaux défis, elles utilisent de plus en plus un nouveau type de ressources stratégiques : la connaissance et le savoir faire détenu collectivement par ses employés. Aujourd'hui, « la théorie des communautés⁷⁹ » appréhende la connaissance non comme un produit mais comme un processus basé sur l'interaction entre les acteurs. De ce point de vue, les blogs, en tant qu'outil favorisant ce processus, peuvent apporter beaucoup en terme de partage des connaissances. Les nouvelles manières de travailler sont inséparables de l'adoption et de la diffusion des TIC au sein de l'entreprise. « Le développement et le renouveau de ces technologies influencent considérablement la gestion des connaissances » affirment Imed Boughzala et Jean-Louis Ermine spécialistes du knowledge Management. Les blogs, en tant que nouvelles technologies, ont eux aussi modifié les modes de partage et de diffusion des connaissances, leur donnant, notamment, une visibilité nouvelle facilitant la capture et le partage de ces informations internes.

Selon Loïc Le Meneur, le weblog peut être utilisé comme « révélateur de talents ». En effet, selon lui, beaucoup de collaborateurs ne sont pas forcément de grands orateurs et sont parfois un peu timides, ce qui n'enlève rien à leurs compétences. Or, avec un outil de publication aussi facile qu'un weblog, ils peuvent diffuser leur savoir facilement en interne. Ainsi, avec les blogs, de nombreux employés, jusque là restés dans l'ombre, pourraient prendre la parole et mettre plus aisément leurs compétences et leurs connaissances en avant.

Le Knowledge Management (KM) s'intéresse à deux types de connaissances. Les connaissances explicites, tout d'abord, « transmissibles par un langage pouvant être énoncées, communiquées et capturées dans un écrit et dans des documents ». Puis, les connaissances tacites, « connues sans en avoir conscience tels que les savoirs faire et les tours de main difficiles à énoncer, à formaliser et à communiquer par le langage ». Les connaissances tacites

⁷⁹ BOUGHZALA, Imed ; ERMINE, Jean-Louis. *Management des connaissances en entreprise*. Paris : GET et Lavoisier ; Hermès sciences. 2004

s'échangent entre employés sous forme d'anecdotes et de petites histoires. Ces deux types de connaissances, créés par interaction au sein d'un groupe, sont présentes sur un corporate blog. On y trouve, en effet, de la connaissance explicite, symbolisée par la mise en ligne de documents rédigés (rapports, compte rendus...) et de la connaissance tacite, sous forme de billets ou de commentaires. Au même titre que la « machine à café », le blog suscite des échanges informels d'information entre les employés d'une même organisation, de tels échanges convergeant, alors, vers l'expérimentation d'un vécu communautaire. Le rôle du knowledge manager est, alors, de savoir repérer les savoirs faire et les compétences à travers ces échanges informels ; le blog n'est qu'un moyen supplémentaire de faire parler les employés, reste alors, tout le travail de repérage, d'interprétation, et de stockage de ces informations (en vue, bien sur, de son exploitation ultérieure). C'est à ce niveau que le knowledge manager doit intervenir pour transformer ces échanges en véritables « carburant informationnel » au service de l'entreprise. Dans ce cas, le professionnel ne fait qu'adapter son savoir faire à un nouveau médium, le blog n'ayant rien de révolutionnaire, finalement, celui-ci empruntant beaucoup à d'autres pratiques pré existantes dans l'univers de l'entreprise.

En effet, l'évolution du blog en entreprise n'est pas sans rappeler celle des communautés de pratiques. Au début des années 90, deux chercheurs, Brown et Duguit, proposent la notion de communauté de pratique en constatant que « les connaissances pertinentes se communiquent de manière informelle entre les employés d'une même organisation ; et non sous forme de documentation ». Ils en déduisent aussi que l'appartenance à une communauté de pratique est le résultat d'un engagement des individus. Wenger propose, alors, de compléter la définition des communautés de pratique, en les présentant comme un « regroupement informel d'individus ayant un domaine de spécialisation précis et une passion pour un projet collectif ». Dès lors que la connaissance est devenue un actif stratégique pour l'entreprise, les communautés de pratiques, initialement minimisées voire ignorées, ont été présentées comme le principal moyen par lequel l'entreprise peut gérer ses connaissances critiques et tacites. Aujourd'hui, le

KM accorde une grande place à ces communautés, tendant même à les développer au sein des entreprises. On pourrait, alors, imaginer la même évolution pour les blogs, qui pourraient, d'ailleurs, être considérés, à l'avenir, comme un outil favorisant l'émergence et le repérage de ces communautés de pratiques. Les blogs ne supplanteront peut être pas les communautés de pratiques, mais ils pourraient tout à fait leur proposer un autre moyen d'exister.

La connaissance n'est pas un objet mais le résultat d'une interaction entre une personne et une donnée, cela les spécialistes de l'information l'ont bien saisi. C'est pourquoi, ils cherchent à développer des outils plus humains et plus ludiques visant à favoriser les échanges informels. Les orientations actuelles du KM tendent à favoriser le travail en réseau, source d'interactions essentielles, en exploitant le potentiel des nouvelles technologies tels que les intranets et les blogs. Il s'agit, alors, aujourd'hui pour les professionnels du KM, rappelle Imed Boughzala, « de mettre en évidence l'importance de la création active de connaissances dans une organisation », ceci passant par la mise en place d'outils permettant « d'amplifier les connaissances individuelles et de les cristalliser au niveau collectif au travers du dialogue, des discussions, du partage d'expériences et d'observations ». Un objectif auquel les blogs semblent bien adaptés. De plus, l'une des clés de réussite d'un processus de KM est de rendre la connaissance accessible à toute personne susceptible de la réutiliser ou d'y apporter une contribution. En cela, aussi, le blog paraît une solution envisageable, celui-ci favorisant la visibilité de l'information et la mutualisation des connaissances au sein d'organismes parfois totalement éclatés.

Cependant, le blog n'a aucun intérêt en lui-même, sa mise en place doit être réfléchi et répondre à un objectif. L'important dans la création du blog demeure avant tout l'utilisation qu'on compte en faire. Dans le cas du Knowledge Management, il est donc nécessaire de bien accompagner ces nouvelles pratiques au sein de l'entreprise. Comme pour toute TIC la mise en place d'un blog nécessite un encadrement et investissement en terme de formation.

3. AU DELA DE L'OUTIL, L'ENVIE DE PARTAGER

Tous les théoriciens de l'information et de la communication sont unanimes, les techniques ne suffisent pas à créer la communication. La performance technique seule n'est pas un critère de succès. Avec les blogs, c'est l'appropriation, l'utilité concrète des projets pour ceux qui les font vivre, qui légitiment leur utilisation. Il ne suffit pas de mettre les gens devant un écran. L'intérêt d'un tel outil doit être ressenti par tous ceux qui devraient être amenés à s'en servir. Il faut, donc, inclure tous les acteurs de l'entreprise dans le changement, définir les objectifs précis de l'outil et démontrer son importance pour l'entreprise.

Tout d'abord, comme pour toute autre technologie de l'information et de la communication, le blog (dans une démarche de KM) doit faire l'objet d'un cahier des charges rigoureux, visant à déterminer, principalement si l'activité de l'entreprise justifie une communication intensive, tout en fixant les objectifs à atteindre. Une bonne analyse du besoin facilitant par la suite le choix de l'outil approprié. Une fois, l'outil installé, il devient alors nécessaire de communiquer sur l'existence du blog en démontrant son importance pour l'entreprise et les apports que chacun va pouvoir y trouver. En effet, pour s'intégrer aux pratiques de l'entreprise, le blog doit susciter un intérêt chez les futurs utilisateurs. De même, avant sa mise en place, il est primordial de repérer ceux qui au sein de l'organisme pourraient être les premiers à s'investir dans le blog, afin que cette première « couronne » puisse lancer et développer son usage auprès de leurs collaborateurs. Le bouche à oreille étant le meilleur support publicitaire pour un blog.

De plus, afin de remplir ces objectifs, en matière de Knowledge Management, le blog doit pouvoir être accessible au plus grand nombre, c'est pour quoi une formation auprès du personnel de l'entreprise peut être un excellent moyen de rendre l'outil plus performant. En effet, l'échec d'un outil vient souvent du fait qu'il n'a pas réussi son intégration au sein d'une structure, la plupart des employés ne sachant ou ne voyant pas l'intérêt de l'utiliser. Les professionnels de

l'information sont souvent confrontés à ce problème, c'est pourquoi la sensibilisation et la formation auprès des utilisateurs deviennent une étape essentielle lors de la mise en place de nouveaux outils en rapport avec l'information. On l'a vu, avec les blogs l'appropriation ne semble pas poser trop de problèmes. Cependant, tous les employés d'une entreprise sont loin de réagir de la même façon face à l'arrivée d'une nouvelle technologie, certains demeurent extrêmement sceptiques quant à leurs apports dans le milieu professionnel.

Ainsi, il est primordial d'expliquer aux employés ce que l'on attend d'eux vis-à-vis du blog. Privilégier l'autonomie et la liberté de ton ne signifie pas pour autant laisser les utilisateurs dans le flou. Ce n'est pas aux utilisateurs de savoir quoi faire de cet outil, mais à ceux qui ont choisi de l'installer de délimiter son champ d'action.

Il existe nombreux types de blogs touchant au domaine de l'entreprise, tels que les blogs externe axés sur le grand public, les clients ou les fournisseurs (par opposition aux blogs internes, outils de communication réservés aux employés) ; les plogs ; ou encore les blogs personnels rédigés par les employés eux-mêmes à titre personnel. Parmi tous ces blogs, ceux demandant le plus d'effort et d'investissement de la part de l'entreprise est, sans nul doute, le blog interne, du fait de ses potentialités dans le domaine de la gestion des connaissances. C'est pourquoi, de plus en plus de sociétés tentent l'expérience blog et offrent un espace d'échange à ciel ouvert impliquant une liberté de parole et une transparence peu habituelles dans le monde de l'entreprise. Il y a, pourtant, encore un obstacle à la propagation des blogs, que beaucoup perçoivent comme imminente : la liberté que l'outil implique. « C'est l'intranet de demain. Mais, attention, il faudra accepter que tout se dise⁸⁰ », explique Jean-Charles Amaudruz, directeur général adjoint de l'agence ORC Image et Stratégie d'Employeur, spécialisée en communication et ressources humaines.

Intranet de demain ou pas, les blogs ont assurément bousculé le monde de l'entreprise. « Nouvel outil de création et de gestion de l'information et des

⁸⁰ MONTAIGNE, Caroline. Op. Cit. p. 41, note 13

connaissances, le blog a de l'avenir en entreprise, c'est certain⁸¹» s'enflamme Pierre Lombard, directeur associé de *Benchmark Group*. Reste à déterminer les usages prioritaires que l'on veut en faire pour ensuite canaliser et organiser ces nouveaux flux d'informations pour qu'ils deviennent une réelle mémoire d'entreprise. Dans le cas du KM, le blog peut être un outil complémentaire, mais il doit répondre à une réelle volonté de partage. L'envie de communiquer et d'échanger doit être antérieure à la mise en place de l'outil. En aucun cas, le blog ne peut être vu comme une solution dans une entreprise où la communication est inexistante.

En « libérant » la parole des salariés, les blogs contribuent à la croissance du savoir de l'entreprise ; tout le monde pouvant, alors, bénéficier plus amplement des ces connaissances jusque là enfouies dans les disques durs ou dans les subconscious de chacun. Cependant, cet idéal est loin de susciter l'engouement général. La détention de l'information est aujourd'hui, plus que jamais, source de pouvoir et d'influence ; l'arrivée des blogs soulève, alors, de nouveaux débats dans le monde de l'entreprise. A l'heure actuelle, il semblerait que l'implantation de cet outil suscite encore quelques craintes.

⁸¹ LOMBARD, Pierre. Blogs : une nouvelle mémoire d'entreprise ? *Journal du Net* [en ligne]. Février 2004

C. LIMITES ET PERSPECTIVES

1. BLOG ET CULTURE D'ENTREPRISE : UNE RELATION TENDUE

Si cette nouvelle technologie permet une meilleure diffusion de l'information, elle rend aussi son contrôle plus difficile, et c'est précisément ce qui inquiète. Quand il a proposé d'ouvrir un blog à tous les salariés de Gapgemi, François Nonnenmacher a vu naître des doutes chez certains managers. Il faut, bien sûr, responsabiliser les salariés mais, « avec cet outil, les entreprises pourraient, à peu de frais, prouver qu'elles leur font confiance. Or, pour l'instant, elles n'en ont pas encore pris la mesure⁸² », confie il dans un article consacré au phénomène. Chez Schneider Electric, Martin Roulleaux-Dugage avoue, également, être confronté à « quelques réticences ». A première vue, le premier frein à ces pratiques réside dans la remise en cause des anciennes méthodes de travail. La mise en circulation de l'information semble, parfois, déstabiliser des collaborateurs ou des équipes et engendrer des inquiétudes. « Les TIC tirent les métiers et les compétences vers le haut, l'information est décentralisée vers les fonctions les moins élevées, les salariés sont, donc, incités à prendre encore plus part à la vie de l'entreprise » soulignent les auteurs de *La cyber entreprise*, une observation qui peut tout à fait être reprise dans le cadre des blogs, eux aussi favorisant une décentralisation de l'information, pas toujours appréciée de tous.

« Je me souviens de mes cours de management où l'on nous disait que la circulation de l'information devait être au cœur des stratégies. Mais dans les faits, dans la vraie vie d'entreprise, on constate souvent que l'information est encore aujourd'hui détenue par une petite poignée de personnes qui ont souvent tendance à vouloir en contrôler la diffusion⁸³ » avoue Andrew Paterson administrateur des ventes chez Eurest et initiateur du projet *Dia-Log* visant à utiliser les blogs comme outil de communication interne au sein de la société de restauration.

⁸² MONTAIGNE, Caroline. Op. Cit. p. 41, note 13

⁸³ MANAT, Jean-Michel. Weblogs : Eurest déploie sa solution à grande échelle. *Vnnet.fr : Le site de référence des nouvelles technologies* [en ligne]. Janvier 2001.

Traditionnellement, l'entreprise est accoutumée à une communication essentiellement descendante, c'est-à-dire des responsables de services vers les employés. Cette information est, alors, filtrée par le haut. Or, comme le souligne Pierre Lévy, « le contrôle des moyens d'information par une petite minorité, [...], n'est en rien une garantie de la qualité de l'information sélectionnée⁸⁴ ». Or, avec des outils comme le blog, la diffusion de l'information peut échapper à ce circuit, inversant même le processus en permettant de faire remonter l'information du bas vers le haut. C'est précisément cette possibilité qui effraie encore. Andrew Paterson conclue, alors, à ce sujet : « Au-delà des weblogs, c'est une conception différente du rôle de manager qu'il faut essayer de promouvoir, plus basée sur le travail collaboratif et le partage des informations », un effort que toutes les entreprises ne sont pas encore prêtes à fournir.

Autres freins rencontrés, la réticence de la direction informatique, craignant de perdre son monopole sur le contrôle des systèmes d'information, ou encore les difficultés de la direction de la communication à abandonner une communication unilatérale au bénéfice d'un échange d'informations entre tous les collaborateurs. En effet, avec le blog la communication interne peut se faire s'en nécessairement passer par ces deux services, jusque là essentiels. Du fait de sa simplicité, l'outil se passe d'intermédiaires.

Mais, c'est surtout la réticence des employés eux mêmes qui pèsent, encore, le plus lourd. Les problèmes rencontrés par la filiale du groupe britannique Compass qui a installé un blog interne, illustre bien cette difficulté. L'entreprise doit, en effet, convaincre des personnes, n'ayant pas l'habitude d'écrire, de participer à l'animation du blog. « Au lancement du blog, 95 % du contenu étaient rédigés par les dirigeants, plus habitués à écrire des mémos internes⁸⁵ » constate Andrew Paterson. On l'a vu, il ne suffit de mettre l'outil à disposition, un accompagnement est nécessaire. Si l'on veut faire évoluer les modes de travail en entreprise, il faut, alors, investir du temps afin de former les plus réticents à d'autres formes de travail. Avec les TIC les mauvaises habitudes peuvent

⁸⁴ *Cyberdémocratie*. Op. Cit. p. 17, note 21

⁸⁵ MANAT, Jean-Michel. Op. Cit. p.51, note 27

rapidement réapparaître, et si le blog devient un espace réservé à quelques uns, il risque de perdre tout son intérêt.

Enfin, l'entreprise se voit confrontée à un autre problème avec l'arrivée des blogs, celui de la liberté de ton. De plus en plus d'employés créent des blogs personnels ayant pour sujet leur vie professionnelle. Sur ces blogs circulent de l'information autour des projets menés, des problèmes rencontrés, des tâches quotidiennes. Une ouverture d'esprit qui est loin de correspondre à toutes les cultures d'entreprise. Certains dirigeants y voient, notamment, une « opportunité d'espionnage industriel à ciel ouvert⁸⁶ ». Ainsi, un des salariés de Microsoft a été licencié pour avoir pris en photo une livraison de Macintosh au siège de Microsoft. Toutefois, interdire le blogging n'est pas à l'ordre du jour dans la mesure où les salariés pourraient toujours le faire de manière confidentielle. Les entreprises préfèrent, alors, prendre les devants. Certaines sociétés américaines ont choisi d'offrir une plate-forme de blogging à leurs salariés afin de les recenser, voire de leur imposer une charte leur rappelant les règles de bonne conduite⁸⁷. Les salariés sont, alors, invités à faire appel à leur bon sens pour ne pas divulguer d'informations confidentielles.

A la vue de tous les changements et des difficultés qu'ils suscitent, les blogs semblent bien s'inscrire dans la lignée de la révolution Internet. Source d'espérances et de craintes, le blog s'implante dans le monde de l'entreprise bouleversant au passage certains de ces principes ancestraux. Comme pour toute technologie de l'information et de la communication, l'appropriation et l'intégration de ces outils nécessitent un temps d'adaptation, une phase de transition durant laquelle de nombreux problèmes se posent, notamment, ceux d'ordre juridique.

⁸⁶ ROBERT, Virginie. Op. Cit. p.40, note 12

⁸⁷ *Blog story*. Op. Cit. p. 11, note 6

2. DE NOUVEAUX PROBLEMES JURIDIQUES

Le blogueur demeure, au sens de la loi, éditeur « d'un service de communication publique en ligne ». De ce point de vu, il est responsable des contenus diffusés sur son blog au même titre qu'un éditeur de site web.

« La liberté d'expression englobe la liberté de parler de son travail, de ses projets. Mais l'employé doit respecter les clauses de son contrat de travail, notamment s'il existe une clause de non concurrence, ou s'il est tenu au secret professionnel. Il ne peut, par exemple, divulguer les inventions brevetées réalisées par son entreprise⁸⁸ » précise l'avocate Murielle Cohen, tout en rappelant que « le non respect d'une clause du contrat de travail, par exemple relative au secret professionnel, peut être constitutif d'une faute justifiant le licenciement du salarié et la mise en cause de sa responsabilité civile ».

Cependant, les décisions jurisprudentielles relatives au droit du blog et des blogeurs sont encore assez rares en France. Mais, de plus en plus de sociétés sont confrontées à ce problème de « fuites » sur les blogs de leurs employés.

Ainsi un jugement du Tribunal de Grande Instance de Bobigny vient d'être récemment publié apportant un éclairage intéressant sur l'opposition entre les libertés des salariés et le pouvoir de l'employeur à l'occasion de l'utilisation des TIC. La Fédération CGT des sociétés d'études avait ouvert à la fin de l'année dernière un blog consacré à la société TNS Secodip (société ayant comme activités les études de marché et les sondages) composé de neuf rubriques dont certaines intégrant des tracts, des comptes rendus de négociations internes et autres rapports d'expertise. Par conclusions du 7 décembre 2004, la société TNS Secodip a, alors, demandé la suppression immédiate et sous astreinte des publications litigieuses au motif que ses concurrents ont un libre accès à des renseignements concernant sa situation financière et sa politique salariale. Le fondement juridique principal était en l'espèce l'obligation de discrétion des représentants du personnel et le caractère confidentiel des informations publiées (art. L. 432-7 du Code du travail). Faisant partiellement droit aux arguments de

⁸⁸ COHEN, Murielle. Salariés et blog. *Avocat Online* [en ligne]. 2005, voir annexe IV

l'employeur, le Tribunal de Grande Instance de Bobigny, statuant en audience publique, a ordonné la suppression du blog ouvert par la Fédération CGT des sociétés d'études et condamné celle-ci à payer la somme de 1.500 €. Le Tribunal a, en effet, estimé que la divulgation sur un blog d'informations financières et salariales sensibles, voire confidentielles, à des tiers et notamment des concurrents, pouvait causer un préjudice moral à une société.

A une époque où l'on parle de « guerre de l'information », il est évident que la liberté conférée par les blogs a de quoi inquiéter. Comme ce fût le cas au début d'Internet, et comme c'est encore le cas aujourd'hui, la législation reste souvent impuissante face aux nouvelles pratiques liées à ces technologies. Cette affaire jugée au Tribunal de Bobigny semble, pourtant, démontrer que nul n'est à l'abri derrière son écran. Formidable outil de partage informationnel, le blog n'en n'est pas moins soumis à des règles. Il est donc nécessaire d'éduquer les blogueurs. A défaut de quoi, l'entreprise a tout intérêt à fédérer elle même ses employés blogueurs se donnant, ainsi, les moyens de les identifier à défaut de les contrôler ou de les censurer. La chartre de bonne conduite n'a pas réellement de valeur juridique, cependant, elle permet de sensibiliser et d'avertir les employés blogueurs. Une première approche essentielle.

Les blogs posent, donc, à leur tour le douloureux problème de la compatibilité entre liberté d'expression et contrainte juridique. Donner aux utilisateurs un moyen de publier et d'échanger consiste, aussi, à anticiper les problèmes qui risquent d'en découler. La rapidité avec laquelle les TIC se diffusent nuit souvent à ce travail d'anticipation. C'est pourquoi, les entreprises doivent s'intéresser dès à présent à ses pratiques afin de mieux les encadrer, évitant ainsi les débordements. Malgré ces difficultés, l'outil garde un grand potentiel que les entreprises ne commencent que tout juste à exploiter. Ainsi, certains parlent déjà du métier de weblogueur, tandis que des formations s'adressant aux professionnels de l'information se mettent en place afin d'exploiter au mieux les possibilités de l'outil tout en évitant les dérapages.

3. VERS UN NOUVEAU METIER

Les professionnels de l'information sont les premiers concernés par l'explosion des blogs, notamment dans le domaine de l'entreprise. Pour reprendre le raisonnement de Dominique Wolton, la performance technique ne se révèle qu'au contact de compétences lui donnant la possibilité d'être exploitée pleinement. Les professionnels de l'information, de par leur savoir faire en matière de traitement de l'information, pourraient bien un jour se voir confier la tâche d'animer et d'exploiter les blogs internes ou externes développés dans les entreprises. Une perspective qu'envisage déjà certains instituts de formation destinés aux professionnels de l'information, à l'image de l'Institut des Sciences et Techniques de l'Ingénieur de l'Université d'Angers qui met en place pour la rentrée prochaine un « module blog » visant à former les futurs experts en Intelligence Economique à ce nouveau médium. Pour le responsable de la formation, il est probable que dans quelques années on parlera du métier de weblogueur⁸⁹. De même, la société Altics Conseil, spécialisée dans le conseil et la mise en œuvre de solution TIC en entreprise, envisage d'intégrer l'usage efficace des blogs dans son catalogue de formation. Des initiatives qui laissent à penser que le blog a réellement un avenir en tant que système d'information complémentaire dans les entreprises.

Cependant, pour être utile, un blog doit être encadré. Il nécessite, alors, qu'on lui consacre du temps. A ce sujet Michel de Guilhermier, PDG de Photoways, l'une des première entreprise française ayant eu recours au blog, admet : « Aujourd'hui, je passe en moyenne une demi-heure par jour sur mon blog, sachant que je le consulte même en vacances. A terme, si la fréquentation ne s'infléchit pas, je serai probablement amené à me faire aider⁹⁰ ». Une aide qui pourrait se trouver parmi les spécialistes de la documentation.

Les professionnels de l'information et de la documentation (ID) ont déjà su s'imposer dans le domaine de la création web à travers des métiers tels que ceux de webmaster ou de responsable intranet, conjuguant qualité documentaire et

⁸⁹ Entretien réalisé en Juillet 2005

⁹⁰ MESTRE DE LAROQUE, Amaury. La relation client en temps réel. *L'Entreprise*. Février 2005

qualité technique. Il paraît, donc, assez normal que la mission de création et de gestion d'un blog leur revienne. Les professionnels de l'ID ont, en effet, toutes les compétences nécessaires afin de bien mener un projet blog.

Dans la phase de création, tout d'abord, leurs capacités de structuration et hiérarchisation pourraient être utiles dans la définition des catégories, par exemple. En effet, un blog est constitué de catégories, dans lesquelles sont ensuite classés tous les billets. Cette catégorisation nécessite une capacité de conceptualisation. Lorsque l'on détermine des catégories, le but est de faire en sorte que les billets puissent être rapidement retrouvés par tous. Il faut donc choisir les termes les plus pertinents, une gymnastique de l'esprit que manient bien les documentalistes. De plus, le format même des billets, nécessitant une capacité de synthèse, paraît là encore adapté au savoir faire des professionnels de l'ID. Mais, c'est assurément dans la phase de traitement de l'information diffusée, que les professionnels de l'ID peuvent apporter le plus. Repérer l'information, la collecter, l'enregistrer, la diffuser sous forme de rapports ou de compte rendus, la réactualiser et la valider, tels pourraient être les tâches d'un weblogueur professionnel.

Pour reprendre les termes de Don Tapscott et Art Caston, « le micro processeur fait sortir l'intelligence des murs de l'entreprise, pour la porter au cœur de l'action, sur les points de vente, au service après-vente, dans les laboratoires de recherche et de développement ou dans les services marketing⁹¹ ». Une observation qui se révèle tout à fait juste, à condition, néanmoins, qu'il y ait des gens, en aval, capables d'exploiter et de canaliser ces échanges afin de les transformer en Intelligence. L'outil ne suffit pas, c'est tout le travail d'interprétation et de traitement qui importe. L'appropriation de l'outil par les professionnels de l'ID lui apporterait, donc, une plus value indéniable. Mais au-delà du KM, les blogs associés aux savoirs faire de ces professionnels pourraient bien se présenter comme une nouvelle ressource documentaire, leur utilisation étant de plus en plus envisagée dans le cadre d'un processus de veille stratégique.

⁹¹ *La Cyber entreprise*. Op. Cit. p. 42, note 16

PARTIE III

LES BLOGS, UN OUTIL DE PULL ET DE PUSH

A. UNE SOURCE D'INFORMATION PERTINENTE ?

1. QUELLES INFORMATIONS TROUVER SUR LES BLOGS ?

Les blogs sont, de plus en plus reconnus comme une source d'information, mais qu'en est-il vraiment de leur qualité informationnelle ?

Il existe de nombreux types de blogs, et tous ne véhiculent pas le même genre d'information. Les carnets intimes, par exemple, ne présentent aucun intérêt en terme de ressource documentaire, tandis que les blogs thématiques peuvent eux, au contraire, apporter une information fraîche et inédite, se présentant alors, comme une source complémentaire d'informations sur un sujet.

En fait, les blogs diffusent quatre types d'informations. « L'information presse », tout d'abord, véhiculée par les blogs personnels, les blogs médiatiques voire les blogs politiques. Puis, « l'information service », présente dans la plupart des blogs. « L'information loisir », ensuite, présente essentiellement dans les blogs personnels. Enfin, « l'information connaissance », résultat d'un savoir et d'une construction. C'est sans doute ce dernier type d'information qui intéresse le plus les professionnels de la documentation, diffusée dans les blogs internes d'entreprise, ou dans les blogs thématiques. Certains blogs peuvent, aussi diffusé plusieurs types d'information en même temps. De même, en fonction de l'usage que l'on en fait sur un blog, l'information peut évoluer. L'information presse, peut, alors, lorsqu'elle est analysée, filtrée et commentée, devenir une information de type connaissance.

Pour conclure sur ce premier point, la diversité informationnelle que l'on peut rencontrer dans les blogs, ne nous permet plus d'en parler comme d'une unité homogène. Pour reprendre les termes de Dominique Wolton, « certes, il s'agit à chaque fois d'informations, mais leur statut, leur légitimité, et leurs systèmes de références sont souvent bien différents. Le fait qu'elles s'appellent toutes *information* et soient accessibles par les mêmes terminaux ne suffit pas à créer une unité théorique⁹² ».

⁹² *Internet et Après ?* Op. Cit. p. 28, note 45

« Accéder, trier, diffuser soi même et se faire sa propre information permet non seulement de gagner du temps, mais aussi d'accéder à des *réservoirs de connaissances*, totalement imprévus » remarque Dominique Wolton lorsqu'il étudie les bases de données en 1999. Cette remarque peut elle être, aussi, vraie dans le cas des blogs ? Intéressons nous, alors, aux blogs thématiques.

De plus en plus de blogs se consacrent à un sujet précis, tels que l'informatique ou l'environnement (des thèmes très présents dans la blogosphère), proposant des réflexions personnelles, mais surtout des ressources documentaires telles que des sélections de liens renvoyant vers d'autres sites ou articles sur le sujet. Certains blogueurs, on l'a vu, mettent aussi leurs propres travaux en ligne, des travaux qui peuvent être relayés et mis en valeur dans d'autres blogs, augmentant leur chance d'être repérés. Selon l'ouvrage *Les blogs : nouveaux medias*, les blogueurs effectuent un important travail de filtrage de l'information. Et c'est en cela qu'ils constituent « un complément, une source alternative, qui peut parfois dénoter avec le discours ambiant ». En fait, plus qu'un travail de filtrage, les blogueurs fournissent un vrai travail de repérage de l'information. Dans l'immensité du Web, les blogs peuvent permettre d'identifier plus rapidement une ressource sur un sujet, à condition bien sur que le blogueur soit digne de confiance. En effet, les blogs sont utiles, mais il faut beaucoup de temps pour trouver les plus pertinents, et repérer les nouveaux blogs intéressants.

Ainsi, l'accès à ces « réservoirs de connaissances », ne remplace pas la compétence préalable pour savoir quelle information chercher, quel usage en faire et surtout comment la traiter. Pour que les blogs puissent être une source complémentaire d'information, les professionnels de l'information doivent effectuer tout un travail de repérage et de validation, afin de pouvoir exploiter les blogs les plus utiles et les plus fiables. Sur une thématique précise, les blogs peuvent constituer une source documentaire complémentaire. Le blog semble, donc, adapté à une recherche ponctuelle et très ciblée, sur un sujet très précis. Il peut, ainsi, être utile pour un documentaliste spécialisé d'identifier quelques blogs traitant de ses sujets d'étude, afin de pouvoir de temps à autre surveiller ce qui s'y dit. Il n'est pas nécessaire de visiter beaucoup de blogs, l'important étant de bien

repérer les plus pertinents. Le blog n'est en aucun cas une ressource documentaire suffisante, mais il peut compléter, aiguiller et surtout rafraîchir une recherche. En effet, la fraîcheur de l'information trouvée sur les blogs conquiert de plus en plus de professionnels. D'après l'enquête menée auprès de professionnel de l'ID, à la question « qu'est ce que les blogs vous apportent professionnellement ? » la majorité a répondu « de l'information fraîche⁹³ ». Tandis que 50% de ces professionnels se disent « souvent satisfaits » de l'information trouvée.

Enfin, l'autre intérêt des blogs en matière de recherche documentaire, réside dans le fait que leurs auteurs demeurent la plupart du temps, facilement identifiables et joignables. En effet, sur la majorité des blogs, les auteurs se présentent, ce qui est plus rare sur un site web. L'identification de l'auteur offre, alors, un premier moyen d'évaluer la qualité du blog et de l'information qui y circule. De plus, l'adresse email des auteurs est très souvent mentionnée, ce qui permet, le cas échéant, de prendre contact avec un spécialiste. Lors de cette étude, c'est d'ailleurs ce que j'ai fait. Lorsque j'ai découvert des blogs intéressants dirigés par des spécialistes en TIC ou en veille stratégique, j'ai pris contact avec eux afin d'approfondir certains points, certains m'ayant même envoyé des documents complémentaires. Parmi le nombre de blogueurs que j'ai contacté très peu ne m'ont pas répondu. Le blog permet, alors, de rencontrer des spécialistes, et ainsi pourquoi pas, de se créer un réseau d'experts. Dans le cas des sites web, prendre directement contact avec les auteurs est plus compliqué, sans compter, que parfois le webmaster n'est pas l'auteur du contenu. Avec les blogs, la recherche d'information peut prendre un aspect plus humain, permettant de rencontrer d'autres professionnels.

Source d'information ponctuelle et ciblée, le blog s'impose, encore timidement, parmi les ressources utilisées par les professionnels de l'ID ; cependant, de plus en plus d'outils tendent à faciliter leur usage en ce sens, facilitant, notamment, le travail de repérage et de ciblage des blogs.

⁹³ Voir question 14, annexe I c

2. ANNUAIRES ET MOTEUR DE RECHERCHE : VERS UNE MEILLEURE EXPLOITATION DES BLOGS

Il existe de plus en plus d'outils permettant le repérage des blogs. D'une performance grandissante, ces outils favorisent, entre autre, la recherche au sein même des blogs, leur contenu étant automatiquement indexés. Ainsi, les billets publiés sur un blog bénéficient d'un bon référencement dans les moteurs de recherche et offrent une grande visibilité sur Internet.

Le nombre de moteurs de recherche spécialisés⁹⁴ dans le référencement des blogs connaît une véritable explosion actuellement. Citons, d'abord, quelques moteurs de recherche internationaux tels que :

- Technorati [www.technorati.comPlus]

Technorati est l'un des premiers outils à avoir scruté la blogosphère. Il surveille actuellement environ 430 000 Weblogs et 650 000 000 billets. Il identifie, aussi, les liens existants entre les blogs ou vers une note en particulier.

- Waypath [www.waypath.com]

Ce moteur mis en ligne en Octobre 2004, permet de faire une recherche sur le contenu de trois millions de blogs, avec des fonctions avancées (opérateurs, proximité). L'outil propose par ailleurs l'agrégation de différents blogs traitant du même sujet. A chaque résultat, une fonction permet trouver les billets ayant un sujet proche.

- Blogpulse [www.blogpulse.com]

Mis en ligne en mai 2004 par la société Intelliseek. Ce moteur de blog, avec fonctionnalités de recherche avancées, permet également d'identifier les occurrences au sein de la blogosphère et de les schématiser.

Les moteurs de recherches francophones, restent encore très peu nombreux, mais l'offre commence à décoller notamment avec la naissance d'outils comme Easy RSS [<http://www.easyrss.com/>], un moteur de recherche de fils RSS lancé par

⁹⁴ Voir la liste des moteurs de recherches, annexe V

deux bruxellois avec l'objectif ambitieux de devenir « le premier portail RSS européen⁹⁵ ».

Autres types d'outils permettant d'identifier les blogs : les annuaires⁹⁶. Contrairement aux moteurs de recherches, le marché des annuaires francophones est plus développé. Citons, alors, les leaders de ce marché.

- Weblogues.com [<http://www.weblogues.com/>]

Ex-Moteur spécialisé sur les blogs francophones avec recherche intégrale sur le texte des billets, Weblogues a restreint son ambition en devenant un outil de repérage des blogs répertoriant 35280 Weblogs en février 2004. Il propose une recherche par description, ou par une liste de mots-clés assez anarchique.

- Blogonautes [www.blogonautes.com]

Ce répertoire de blogs francophones (anciennement connu sous le nom d'Annublog) annonce actuellement 3922 Weblogs et offre une recherche multicritères : nom de l'auteur, pays et ville d'origine, sexe et tranche d'âge, et par mots-clés. On peut trier, également, les résultats selon différents critères.

- Blogolist [<http://blogolist.com>]

Ce répertoire francophone indexe environ 740 blogs en permettant une recherche par origine géographique, par url, titre, descriptions, et par mots-clés (une liste de mots-clés est proposée).

En ce qui concerne les annuaires internationaux, Syndic8.com ou Blogarama, recensent des dizaines de milliers de blogs.

A l'heure où les blogs sont omniprésents sur le Web, de tels outils deviennent indispensables. En effet, pour exploiter pleinement le potentiel informationnel de certains blogs, il est nécessaire de disposer de moyens permettant de les repérer plus aisément. Les fonctions proposées par certains moteurs de recherche paraissent fortes intéressantes pour les professionnels de

⁹⁵ THOMAS, Armelle. Les principaux outils de recherche blogs et fils RSS. *Outil de Veille*. 2005.

⁹⁶ Voir la liste des annuaires, annexe V

l'information. Technorati, par exemple, propose de visualiser les liens existants entre les blogs ou vers une note en particulier. Une telle fonctionnalité permet, alors, d'identifier plus facilement les agrégats de blogs touchant à un domaine. De même, Waypath propose une fonction d'association élargissant la recherche initiale. De plus, le référencement des billets, permet de « fouiller » le contenu d'un blog. L'indexation automatique des billets aurait peut donner lieu à un bruit ingérable par les moteurs de recherche, mais, en fait, les technologies se sont adaptées à ce phénomène. Ces outils, associés à une bonne méthode de recherche, permettent de naviguer, sur la blogosphère, sans pour autant s'y noyer. Cependant, ces outils ne sont pas parfaits ; reste, par exemple, le problème de la qualité de l'indexation. Une limite récurrente lorsque l'on parle de ressources électroniques et de Web sémantique. De plus, les moteurs et les annuaires tendent à mettre en avant les blogs les plus populaires ; or, on le sait, en science de l'information la popularité n'est pas forcément un gage de qualité informationnelle.

Des imperfections qui expliquent, peut être, le fait que le recours à ces outils soit encore limité dans le domaine de l'information documentation. D'après l'enquête menée, le repérage des blogs se fait essentiellement par bouche à oreille ou bien au hasard en surfant sur la Toile. L'utilisation des moteurs de recherche spécialisés n'arrive qu'en troisième position, seulement 14% des professionnels y ayant recours, contre 53% pour le bouche à oreille. Toujours selon cette enquête, seuls les professionnels de l'ID très à l'aise avec les blogs utilisent les moteurs spécialisés, ceux les connaissant un peu moins n'ayant quasiment jamais recours à ces outils. Le bouche à oreille et la sérendipité semblent, encore, les meilleurs moyens pour les professionnels de repérer des blogs susceptibles de les intéresser. Cette tendance reflète, peut être, une certaine méfiance ambiante envers les blogs, les professionnels de l'ID préférant, alors, dans un premier temps se fier à l'avis d'autres professionnels. Mais, il est probable que plus l'usage des blogs se reprendra dans le métier, plus les outils cités seront utilisés. Mais pour le moment, quelques réticences existent encore, le blog n'étant pas forcément vu par tous comme une source d'information exploitable en documentation.

3. LIMITES DU BLOG COMME RESSOURCE DOCUMENTAIRE

Avec Internet, la production d'information s'est démultipliée, laissant croire à certains que le Web pourrait à terme tuer les métiers de l'ID, tous pouvant désormais s'informer seuls. Une utopie bien vite étouffée sous le poids de la masse informationnelle découlant de ce nouvel outil. Rapidement, le savoir faire des documentalistes et des autres professionnels de l'ID, fût perçu comme indispensable face à cette déferlante éditoriale. Les blogs à leur tour, pourraient bien renforcer cette première prise de conscience. On l'a vu, les compétences des professionnels de la documentation permettent de faire ressortir le meilleur, en terme d'information et de connaissances, de ces outils. Cependant, l'outil est loin d'être parfait et les usages que l'on peut en faire sont, parfois, loin de l'être aussi. Des dérives et des imperfections qui laissent certains professionnels de l'ID sceptiques quant à intérêt de leur intégration dans le domaine professionnel. Une appréhension clairement identifiée lors de l'enquête réalisée auprès de professionnels.

Ainsi, à la question « professionnellement, qu'est ce qui vous attire ou vous repousse dans les blogs ? », les réponses n'ont pas été difficiles à traiter en ce qui concerne les inconvénients des blogs, les mêmes remarques revenant assez souvent, à savoir « un manque de filtrage de l'information », « une information qui manque d'intérêt » et « un problème de fiabilité ».

En ce qui concerne le manque de filtrage, le débat est ouvert, certains estimant, comme nous l'avons mentionné plus haut, que le filtrage est au contraire l'apanage du blogueur ; tandis que d'autres estiment que les blogueurs ne remplissent nullement cette mission, déversant sur la Toile une multitude d'informations brutes et sans intérêt. En fait, les deux cas coexistent dans la blogosphère, tout dépend, là encore, des blogs que l'on consulte. Souvent, les blogs thématiques animés par des spécialistes proposent une information plus sélectionnée voire même analysée et complétée, comme on le verra avec les blogs consacrés à l'Intelligence économique. Mais, en réalité, tout dépend des objectifs du blogueurs et de ses compétences. La qualité informationnelle d'un blog reste,

donc, dépendante du bon vouloir de son auteur, ce qui, bien sur, ne facilite pas le travail des professionnels de l'ID. Le problème de filtrage de l'information est, aussi, à relier au problème de la fiabilité de l'information.

Autre source de méfiance chez les professionnels de l'ID, le manque de validation des sources, un problème récurrent sur le Web. En effet, à partir de l'instant où les progrès technologiques ont donné à chacun la possibilité de s'exprimer, la notion de « désinformation » est apparue et, c'est précisément ce problème qui a confirmé l'importance du travail effectué par les professionnels de l'ID, notamment, en terme de validation des sources. Sur un blog, il est plus facile d'identifier le responsable de cet espace de publication, cependant il n'est pas évident d'identifier l'auteur de chaque commentaire ou de chacun des liens émis sur cet espace. Là encore tout dépend de l'auteur du blog. Certains prennent, en effet, le temps de valider les commentaires et les documents publiés sur leur blog, tandis que d'autres ne s'en donnent pas la peine. Les professionnels de l'information doivent, donc, agir avec les blogs comme avec les sites web, c'est-à-dire déterminer la crédibilité de l'auteur et la valeur de l'information trouvée. En cela, le « gain de temps » dont parle certains spécialistes des blogs semble dérisoire, à la vue de tout le travail de validation que suscite une recherche d'information sur les blogs. Cependant, ce travail, est peut être le prix à payer pour accéder à une information inédite ou un document introuvable dans les ressources traditionnelles.

Il paraît, donc, assez dommage de se priver de l'apport de certains blogs sous prétexte que l'exploitation des informations qu'ils peuvent, parfois, fournir demande un lourd effort de traitement. N'est ce pas là tout l'intérêt des métiers de l'information et de la documentation ?

Malgré ces réticences, 23% des professionnels de l'information interrogés utilisent « régulièrement » les blogs dans le cas de recherches documentaires. C'est, certes, peu, néanmoins de telles pratiques existent. Tandis que la majorité des interrogés les utilisent occasionnellement dans ce but. Bien sur, il reste encore beaucoup à faire pour que les blogs soient réellement vus comme une source crédible d'information, 18% des professionnels de l'ID ne les utilisant jamais

comme telle. D'autant plus, que la plupart des blogs pouvant procurer une information de haute valeur ajoutée entrent progressivement, où sont déjà entrés dans le Web invisible.

On ne cesse de le dire, les trésors du Web, en matière d'information, sont bien cachés, enfouis dans un « autre espace », celui du Web confidentiel et payant. Les blogs n'échappent pas à cette logique. Nous parlions, plus haut des blogs de chercheurs ou d'universitaires, des espaces riches en terme de production et d'échanges informationnels. Cependant, beaucoup de ces blogs sont protégés par un mot de passe. Afin de rester entre spécialistes, ou bien dans le but de protéger leurs travaux, les blogueurs choisissent de plus en plus de fermer leur blog au public. L'évolution des blogs prend, alors, une autre tournure. De l'espace public où chacun expose ses opinions à la vue de tous, le blog devient un espace plus confiné voire confidentiel. Or, ce sont, sans doute, ces blogs qui recèlent les informations les plus précieuses pour la documentation. Le mot de passe, tel est la vraie limite du blog comme ressource documentaire, privant les professionnels de l'ID de ressources inédites. Peut être faudra-t-il un jour, peut être, devoir payer pour accéder à ces plates de forme de connaissances, mais pour le moment, elles restent closes à ceux n'appartenant pas à la communauté.

Les professionnels de l'information qui ont décidé de donner une chance aux blogs, en les intégrant dans leurs pratiques de travail, sont encore peu nombreux, souvent parce qu'il ne connaissent le blog que sous leur forme primaire : le carnet intime qui lui, il est vrai, ne présente pas un grand intérêt documentaire. Cependant, de plus en plus d'articles et de formations (ADBS, Altics, ISTIA...) proposent de démontrer l'apport de ces outils dans le domaine de la documentation. Le point fort des blogs restant, indéniablement, la syndication de contenu, autrement dit les fils RSS. Une technologie qui une fois appropriée par les documentalistes, les veilleurs ou encore les bibliothécaires, peut se révéler comme un véritable outil de push au service de l'utilisateur.

B. LES APPORTS DU FIL RSS EN DOCUMENTATION

1. QU'EST CE QUE LE FORMAT RSS ?

Autre phénomène, touchant aux modes de publication et de diffusion de l'information, en plein essor sur le Web depuis quelques années : le RSS ou la syndication de contenu. Bien que le format RSS ne soit pas spécifique aux blogs (certains sites web aussi l'utilisent), l'essor des flux RSS doit beaucoup aux blogueurs qui, les premiers, ont massivement syndiqué leur contenu. La syndication de contenu reposant sur un format : le RSS.

On parle en général de « syndication de contenu » pour désigner la possibilité de republier sur un site web du contenu provenant d'un autre site web. Depuis l'origine du Web ou presque, de nombreux procédés ont vu le jour, pour permettre cette syndication. Trois raisons sont à l'origine du succès de cette pratique ; tout d'abord, les webmasters ont rapidement perçu l'intérêt d'afficher sur leur site des actualités provenant d'autres sources, sans avoir à produire eux-mêmes ce contenu. De même, la syndication permet de faire vivre une page d'accueil sans avoir à effectuer des mises à jour quotidiennes. Enfin, pour les sites d'actualités et surtout pour les blogs, il s'agit « de gagner du trafic, en étant *visible* sur d'autres sites⁹⁷ ». RSS est le format XML de syndication le plus utilisé actuellement sur Internet. Il constitue un moyen de décrire le contenu d'un site à l'aide de balises spécifiques. Comme le rappelle *Poinblog*⁹⁸, un blog consacré au phénomène, RSS n'est pas une norme, bien qu'il soit aujourd'hui très populaire.

Le format RSS a été mis au point par Netscape en 1999 puis, repris et amélioré par la société UserLandSoftware qui développe la version 2.0 du format. RSS (« Rich Site Summary » ou « Real Simple Syndication » selon les sources) est en fait « un format de fichier XML très simple qui répertorie les références bibliographiques d'articles publiés sur le Web⁹⁹ ». Ce format décrit de manière synthétique le contenu d'un site web ou d'un blog : événements, articles ou

⁹⁷ FIEVET, Cyril; PEYER, Marc-Olivier. RSS et Syndication. *Poinblog.com*. Juillet 2005

⁹⁸ Ibid

⁹⁹ BARTHE, Emmanuel. RSS ou Le futur de la veille. *Precisement.org*. février 2005

informations. Cette description contient une liste de liens commentés (titre, adresse web, date et résumé), communément appelée fil ou flux RSS, *Point blog* les définissant comme : « un *résumé propre*, décrit dans une syntaxe précise, de ce qu'il y a de nouveau sur un site web ».

« Le côté XML » de la chose signifie simplement que le fichier doit, plus ou moins, obéir aux règles de syntaxe définies par la norme XML. Cette normalisation favorisant la lisibilité du fichier RSS, dont voici un exemple¹⁰⁰ :

```
<?xml version="1.0" ?>
- <rss version="2.0">
- <channel>
  <title>Exemple de canal</title>
  <description>Mon canal d'exemple</description>
  <link>http://www.figer.com</link>
- <item>
  <title>Liste des publications</title>
  <description>Liste des publications du site www.figer.com</description>
  <link>http://www.figer.com/Publications/Publications.htm</link>
</item>
- <item>
  <title>Plein feux sur la technologie</title>
  <description>Démonstrations visibles sur Internet</description>
  <link>http://www.figer.com/Technologie.htm</link>
</item>
</channel>
</rss>
```

www.figer.com/Publications/rss.htm#RSSJean-Paul Fige

La publication d'un tel fichier RSS peut se faire manuellement, avec un éditeur de texte. L'éditeur du site créant lui même un fichier XML décrivant le contenu de son site. Mais, actuellement, de plus en plus d'outils permettent d'automatiser les flux RSS. Dans le cas des blogs, la syndication de contenu est totalement automatique. Ce qui explique, alors, le fait que ces outils de publication soient à l'origine de l'explosion de cette pratique.

L'utilisateur qui veut ensuite tirer parti de ce contenu, c'est-à-dire le syndiquer sur son propre site ou simplement consulter le fil d'actualités correspondant, n'a plus qu'à récupérer ce fichier RSS, accessible par une URL unique. A condition, bien sur de disposer des outils nécessaires à la lecture de ces fichiers.

¹⁰⁰ FINGER, Jean-Paul. RSS, Weblogs et blogs. *Finger.com* [en ligne]. 2005.

L'utilisateur de RSS doit installer sur son ordinateur un agrégateur de news, capable de lire les fichiers RSS en XML, et de les afficher dans le navigateur. En fait, deux types d'agrégateurs existent, ceux à installer sur son PC et ceux consultables en ligne. Le premier type d'agrégateur propose par défaut quelques fils RSS et l'utilisateur peut en ajouter ou en enlever très facilement. Sur chaque blog la mention « syndication » est présente sur la page d'accueil, il suffit, alors, de copier l'adresse correspondante et de la coller dans l'agrégateur. Cette manipulation devient de moins en moins utile, les agrégateurs étant souvent dotés d'une fonction « découverte des fils RSS ». Il suffit simplement, dans ce cas, de leur signaler l'adresse d'un blog et l'outil copiera seul l'adresse de son fil. L'utilisateur peut, aussi, organiser ces fils selon des thématiques. De même, il peut choisir le rythme de rafraîchissement, les nouveaux billets seront alors automatiquement insérés dans l'agrégateur. On peut, alors, y lire directement les articles et d'un simple clic basculer dans le site¹⁰¹.

Dans le cas des outils en ligne, le plus souvent, une vaste sélection de fils classés par thèmes ou par pays est proposée à l'internaute.

La syndication de contenu est une nouvelle forme de « push », poussant l'information vers l'utilisateur. Les fils RSS permettent à l'utilisateur de lire plus d'informations en moins de temps et de manière plus confortable. En effet, ce dernier sélectionne lui-même les publications qui l'intéresse. RSS se présente, donc, comme une autre manière de distribuer le contenu des blogs. Comme le souligne Yves Stervinou : « un weblog qui n'a pas de fil RSS s'isole réellement. On ira le voir seulement de temps en temps, et c'est bien dommage quand il est intéressant¹⁰² ». Pour certains, tel que Emmanuel Barthe, documentaliste juridique, le RSS est perçu comme « une nouvelle évolution du Web, susceptible de bouleverser les usages et les pratiques d'information », qui pourrait apporter beaucoup à la documentation, facilitant, voire même, automatisant certaines pratiques documentaires.

¹⁰¹ *Blog story*. Op. Cit. p.11, note 6

¹⁰² *Etude du concept de « Weblog »*. Op. Cit. p. 38, note 8

2. UN OUTIL ADAPTE AUX DOCUMENTALISTES

Utiliser les fils RSS présente de réels intérêts documentaires. Ainsi, lors de la Journée Cybercentres Nord-Pas-de-Calais¹⁰³ qui s'est déroulée à Wallers, le 26 octobre 2004, quatre atouts ont été attribués aux fils RSS, des avantages qui semblent répondre, entre autre, aux besoins des professionnels de l'information.

Tout d'abord, « un gain de temps notable » : l'internaute reçoit l'information directement sans avoir la nécessité de visiter le site web pour trouver ce qu'il recherche. Il peut voir s'afficher sur son ordinateur l'information dès qu'elle est publiée. Le travail de rafraîchissement de l'information semble, donc, pouvoir se faire, désormais, automatiquement. De plus, l'abonnement aux fils RSS permet une veille pointue et efficace sur un domaine particulier, dans un secteur d'activité précis. De même, les flux favorisent une certaine sélectivité de l'information. L'utilisateur choisit les sources qui l'intéressent et les organise à son gré par le biais de classement. Enfin, l'archivage devient plus aisé. L'utilisateur peut, en effet, conserver l'information et/ou l'article en question pour le consulter plus tard ou le garder en mémoire.

Autre atout des flux RSS, l'abonnement est anonyme contrairement aux newsletters ou aux alertes email. L'internaute vient chercher de façon automatisée, via son agrégateur, le fichier RSS mis à disposition sur le serveur et peut décider d'un simple clic de se désabonner. Ces outils sont, alors, présentés par certains comme « une alternative sérieuse aux newsletters et e-mail qui encombrer les boîtes électroniques ». RSS pourrait, donc, concrétiser la promesse d'un Web entièrement personnalisé sur lequel chacun reçoit à sa demande et sans intrusion les informations qu'il désire.

Toutes ces possibilités pourraient alléger le travail quotidien des documentalistes. La technologie RSS appliquée à des ressources web validées en amont, facilite le travail de mise à jour de ces informations. Ainsi, dans le cas de longs travaux documentaires, tels que des rapports de veille ou des synthèses documentaires, les documentalistes peuvent garder un œil sur leurs différentes

¹⁰³ RAYMOND, Jean-Luc. Op. Cit. p. 27, note 42

sources d'informations, procurant, alors, à leurs clients, tout au long de leur travail les données les plus fraîches possibles.

De plus, l'utilisation du RSS ne cesse de se développer. Ainsi, certaines maisons d'édition proposent, sur leur site web, la création de profils pour leurs clients, notamment, pour les acquéreurs en bibliothèque. L'abonnement à des fils RSS permet, alors, à ces professionnels de se créer une alerte sur leur profil et de recevoir directement sur leur bureau le panorama des dernières publications concernant leur domaine d'acquisition. Ce service est disponible sur le site du libraire en ligne *Amazon25*, qui propose un grand nombre de fils RSS couvrant des thématiques variées¹⁰⁴. Cette possibilité d'alerte permet de gagner un temps précieux, facilitant le travail de repérage et de sélection des ouvrages à acquérir.

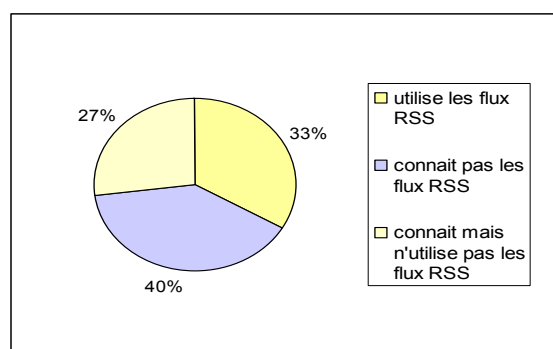
L'intérêt des fils RSS dépend beaucoup des ressources auxquelles ils se rattachent. Ils n'excluent, donc, pas tout le travail de sélection et de repérage des ressources intéressantes. Le travail effectué en amont, reste indispensable. Le format RSS permet, cependant, d'exploiter au mieux une ressource validée. Les fils ne créent pas une information de qualité, ils se contentent de pousser un type, préalablement déterminé, d'information vers l'utilisateur. La qualité de cette information « pushée » dépend, donc, des sources sélectionnées en amont par l'utilisateur. Dans le cas d'une veille sur un blog, l'utilisation du RSS demeure quasiment indispensable pour repérer chaque remise à jour, celles-ci étant bien plus fréquentes que sur un site traditionnel. Cependant, elle ne dispense pas du travail de ciblage préalable mais pourrait le faciliter. En effet, les fils RSS pourraient permettre aux professionnels de l'ID de tester certains blogs. En sélectionnant, sur un blog, uniquement les fils RSS traitant du sujet qui le concerne, un documentaliste peut, au bout de quelques jours, évaluer l'intérêt d'un blog. Ainsi, si les publications relatives au sujet choisi sont très rares, le documentaliste peut écarter le blog de sa sélection, celui-ci ne répondant, apparemment, pas à ces attentes informationnelles. Tandis que si, au contraire, les

¹⁰⁴ BROCHARD, Jean-Christophe, DE DARAN, Delphine, [et alt.]. *Utilisation des fils RSS en bibliothèque*. ENSSIB, Juillet 2005.

publications sont très importantes autour du sujet déterminé, le blog peut être retenu comme source d'information potentiellement intéressante.

L'utilisation des flux RSS peut, donc, s'avérer fort intéressante pour les professionnels de l'information, à condition qu'elle soit associée à de bonnes ressources documentaires et à un à objectif précis. En effet, les abonnements aux fils RSS ne doivent pas être excessifs, au risque de voir à nouveau l'utilisateur noyé sous une masse d'informations, prenant cette fois la forme de fichier XML. Là encore, l'utilisateur, professionnel de l'ID ou non, doit bien définir son besoin avant de s'abonner à ces flux.

Malgré les avantages probants de cette technologie, en France la plupart des professionnels de l'information n'utilisent pas le format RSS.



En effet, 60% d'entre eux connaissent ces flux RSS, mais seulement 33% les utilisent pour rechercher de l'information fraîche¹⁰⁵. Nicolas Morin remarque, d'ailleurs, à ce sujet : « 80% des bibliothécaires ne le [le format RSS] connaissent pas, et ne savent pas l'utiliser. Ce n'est donc pas encore commercialement intéressant pour les fournisseurs de proposer un tel outil. Ce sera peut être présent dans les prochaines versions de logiciel, mais il faut attendre que ça rentre dans les pratiques¹⁰⁶ ». Cependant, d'après les auteurs de *Utilisation des fils RSS en bibliothèque*, « la prise en compte des fils RSS dans la conception des solutions logicielles devient une réalité ». Plusieurs sociétés, dont Ex-Libris, envisagent ou

¹⁰⁵ Voir enquête question 9 et 10, annexe I c

¹⁰⁶ Voir la retranscription de l'entretien, annexe II

proposent déjà des fils RSS sur certains de leurs produits. La France restant, cependant, encore très en retard dans ce domaine.

Enfin, toujours selon l'auteur de *Biblioacid*, en France le RSS est surtout utilisé dans une optique de diffusion de contenu et moins dans la perspective d'y rentrer du contenu. En effet, les flux RSS pourraient devenir un contenu à part entière et non plus un simple outil relayant du contenu. Les documentalistes et les bibliothécaires pourraient, alors, s'en servir en direction de l'utilisateur, lui proposant de nouveaux produits ou services sous la forme de ces flux. Allié à la simplicité d'un blog, le RSS ouvre, alors, de nouvelles possibilités en matière de relation usager et de services.

3. UN OUTIL AU SERVICE DE L'USAGER

L'usage actuellement le plus courant des fils RSS en structure documentaire consiste à les utiliser pour informer les usagers sur l'actualité de la structure et sur les nouveaux documents mis à leur disposition. Ce type d'initiative séduit de plus en plus, comme nous le confirme Nicolas Morin : « En ce moment je dépouille les offres d'un nouveau système informatique pour la bibliothèque universitaire, nous souhaitons pouvoir utiliser les fils RSS, par exemple, pour signaler aux lecteurs les nouvelles acquisitions concernant une thématique accompagnée de leur notice ».

De plus, dans la même logique, des fils RSS peuvent être implantés sur des blogs ou des sites créés par les bibliothécaires ou les documentalistes afin d'informer les lecteurs sur l'actualité scientifique de leur discipline. Pionnière sur ce terrain, la bibliothèque interuniversitaire de pharmacie propose, par le biais de son blog *BIUP*¹⁰⁷, de recenser toutes les annonces de colloque, les appels à contribution, les conférences, les dernières publications scientifiques ou évolutions des bases de données dans cette discipline¹⁰⁸. Un service, sans doute inestimable, pour les usagers qui peuvent se tenir au courant de toute la production éditoriale touchant à leur domaine de manière très simple et très rapide.

¹⁰⁷ <http://biup.over-blog.com/>

¹⁰⁸ *Utilisation des fils RSS en bibliothèque*. Op. Cit. p. 72, note 13

Cependant, les professionnels de l'information peuvent encore aller plus loin dans l'exploitation de l'outil RSS, transformant ces fichiers en véritables produits documentaires. Ainsi, d'après les travaux menés sur le sujet par certains étudiants¹⁰⁹ de l'ENSSIB, on pourrait valoriser les fonds audiovisuels des structures documentaires grâce au RSS. Par le biais du podcasting ou autres fichiers vidéo, des listes d'acquisitions de DVD ou de CD pourraient être constituées, dans lesquelles seraient inclus des extraits des œuvres disponibles. L'utilisateur pourrait, donc, recevoir directement dans son agrégateur la liste des dernières acquisitions et en visionner un extrait.

De même, toujours selon les auteurs de *Utilisation des fils RSS en bibliothèque*, les flux RSS pourraient être utilisés pour diffuser les sommaires des revues électroniques auxquelles est abonnée la bibliothèque. Le lecteur pourrait, ainsi, disposer du sommaire des derniers numéros de la revue, voire d'un court résumé de chaque article et d'un lien vers l'article en texte intégral. La bibliothèque de l'université de Saskatchewan au Canada propose, ainsi, une liste de fils RSS sur de nombreux titres de ses revues électroniques. Cependant, ce type de service nécessite la création préalable de fils RSS par les éditeurs de revues électroniques. Enfin, « de la même façon qu'elles ont proposé à leur public des répertoires de signets contrôlés et évalués, les bibliothèques, et particulièrement les bibliothèques spécialisées, pourront être amenées à proposer également à leur lecteurs des sélections de fils RSS¹¹⁰ ». Ce travail de sélection des flux RSS permettrait de procurer aux utilisateurs des sources d'informations fiables.

Avec l'explosion de la syndication de contenu, de tels produits documentaires possèdent une véritable valeur ajoutée. Sur la lignée des webographies, la sélection des flux RSS pourrait bientôt susciter une importante demande de la part des usagers ; tout en illustrant, à nouveau, la capacité d'adaptation des professionnels de l'information face aux évolutions des pratiques informationnelles.

¹⁰⁹ Ibid

¹¹⁰ Ibid

Les applications possibles du format RSS, en structure documentaire sont nombreuses et variées, visant tantôt à faciliter le travail des documentalistes, tantôt à créer de nouveaux produits documentaires à destination des usagers. Le format RSS n'est pas né des blogs, et les sites traditionnels peuvent tout à fait être syndiqués ; cependant, de plus en plus de structures documentaires envisagent de créer un blog afin, entre autre, de profiter de la simplicité de syndication de contenu qu'ils offrent. Mais, au delà de son utilisation dans les structures documentaires, les blogs, associés à la technologie RSS, aux outils de repérage tels que les moteurs spécialisés et aux savoirs faire des spécialistes de l'information, se révèlent comme une source d'information précieuse. Une ressource, de plus en plus prise en compte dans les stratégies de veille.

C. ENJEUX ET USAGES DES BLOGS POUR LA VEILLE

1. UN OUTIL ADAPTE À LA VEILLE

Les blogs constituent des sources intéressantes pour les actions de veille. Certains spécialistes, dont Olivier Ertzcheid, les présentent déjà comme des « sources qui pourraient, à terme, et sous réserve que l'explosion quantitative du phénomène se confirme, devenir incontournables voire remplacer le totalité des sources web habituellement consultées (sites Web, forums, etc.)¹¹¹ ». Des outils favorisant, essentiellement, deux étapes cruciales relatives aux procédés de veille, « le ciblage » et « la traque ».

Un processus de veille se déroule en quatre temps. La première phase, « le ciblage », consiste à déterminer l'environnement, à scruter tout en identifiant les acteurs et les thèmes à surveiller, ainsi que des sources d'information à mettre en œuvre. Puis, vient l'étape dite de « traque », consistant à désigner les personnes susceptibles de collecter des informations sur l'environnement ciblé. Enfin, les deux dernières étapes, de diffusion et de traitement, visent à mettre en forme, diffuser et transformer les informations collectées en véritable « forces motrices ». Dans le cadre d'une étape de ciblage, Olivier Ertzcheid estime que « la topologie des weblogs semble propice à la mise en place d'actions de veille et d'intelligence économique, dans la mesure où les weblogs isolés ou très faiblement connectés représentent la majorité sur l'ensemble des blogs disponibles ». En effet, la blogosphère est constituée de petits agrégats de blogs sélectivement reliés entre eux, autour desquels gravite une nuée de blogs plus indépendants, voire, totalement libres. De ce fait, les petits groupes sont plus facilement repérables, notamment avec des outils tels que Technorati. Ainsi, la topologie de cet espace favorise, toujours selon Olivier Ertzcheid, « l'émergence de signaux faibles ». La constitution de petits agrégats de blogs pourrait, en effet, être perçue comme révélateur d'un phénomène et, attirée plus aisément l'attention des veilleurs.

¹¹¹ ERTZCHEID, Olivier. Op. Cit. p. 8, note 2

De plus, la topologie des blogs permet d'identifier plus facilement la présence de blogs incontournables, proposant sur des thèmes et des terrains, parfois très pointus, une sélection de liens vers d'autres ressources (blogroll), ce qui permet au veilleur d'élargir sa recherche afin que son travail de ciblage soit le plus exhaustif possible. En utilisant la méthode « du fil d'Ariane¹¹² », les veilleurs peuvent découvrir d'autres ressources, et ainsi relancer leurs recherches. De même, il existe dans la blogosphère, sur une thématique, un secteur ou une industrie, des « pundit¹¹³ », c'est-à-dire des experts auto-proclamés dont les sites bénéficient d'une audience et d'une qualité informationnelle qui tendent à asseoir cette expertise. Dans le domaine des TIC par exemple, ces pundits sont très importants, et souvent animés par des professionnels tels que des consultants en informatique. De par leur facilité de mise en place, les blogs sont un « facteur d'incitation » qui met à la disposition des veilleurs de nouvelles sources produites par de nouveaux individus, désormais, présents dans l'espace web. Les blogs abolissent, entre autre, les contraintes techniques, permettant à tous les passionnés d'une même cause et les professionnels ayant des intérêts communs, de se regrouper sur le réseau et échanger. Au même titre que les fora, les blogs peuvent constituer des supports pour une activité de veille, fournissant aux veilleurs une information informelle précieuse.

les blogs associés aux technologies précédemment citées, peuvent optimiser un processus de veille traditionnel, permettant aux veilleurs de se constituer un réseau d'experts, détecter plus facilement les signaux faibles, et collecter l'information fraîchement produite, un travail essentiel dans des secteurs tels que la documentation juridique ou scientifique, très mouvants. De plus, grâce à ces outils, la veille devient plus accessible à de petites et moyennes entreprises qui faute de moyens, avaient jusque là fait l'impasse dessus.

¹¹² Ibid

¹¹³ GLANCE, N ; HURST, M. ; [et al.]. *Blorpulse : Automated Trend Discovery for Weblogs* [Pdf]. 2004

2. UNE NOUVELLE OPPORTUNITE DE VEILLE SOCIETALE ET COMMERCIALE

Dans son traité *l'art de la guerre*, le philosophe chinois Sun Tzu montrait déjà l'importance de l'information en soulignant qu'elle est la « première arme des chefs pour remporter des victoires¹¹⁴ ». Sur le terrain économique, ceci prend, plus que jamais, aujourd'hui tout son sens. A une époque où l'information devient le premier capital de l'entreprise, cette dernière doit savoir tirer parti de toutes les évolutions liées au domaine de l'information, notamment pour optimiser son processus d'anticipation. Comme nous l'avons constaté, les apports des blogs en matière de KM et de groupware sont importants, cependant un autre secteur, touchant à l'entreprise, profite pleinement de la mise en place de ces outils : celui de la veille, sous toutes ses formes (marketing, concurrentielle, commerciale ou encore sociétale). L'intégration des blogs dans le dispositif de veille peut, alors, prendre différentes formes.

Tout d'abord, certaines entreprises choisissent de créer un blog ouvert au public. Photoways, entreprise française de tirage de photos en ligne, a lancé un blog qui reprend son actualité technologique et commerciale et permet aussi de recueillir les suggestions et critiques des clients et consommateurs. L'interactivité de l'outil permet, en effet, aux entreprises de dialoguer avec leurs clients sur un ton plus direct, tout en se nourrissant des commentaires laissés par ces derniers. Comme le confirme, en ces termes, Michel de Guilhermier, PDG de Photoways : « Il est préférable qu'un client insatisfait s'exprime sur notre blog plutôt que sur un forum. Il nous offre ainsi l'opportunité de comprendre son malaise et d'évoluer¹¹⁵ ». Pionnier dans ce domaine, le PDG de Photoways semble convaincue de l'apport, en terme de rétroaction directe, d'une telle initiative, précisant à ce sujet dans le *Financial Times* : « Le blog joue également un rôle de capteur, il permet de prendre le pouls des clients ».¹¹⁶ Les blogs peuvent être un

¹¹⁴ *Cyberentreprise*. Op. Cit. p. 42, note 16

¹¹⁵ MESTRE DE LAROQUE, Amaury. Op. Cit. p. 56, note 34

¹¹⁶ FOREMSKI, Tom. Blogging technology opens doors for entreprises. *Financial Times*. Février 2005

canal précieux de remontée d'informations de la part des clients utilisateurs des produits ou services de l'entreprise.

Cependant, le succès d'une telle initiative repose sur un positionnement clair et reconnu. Son utilité et son apport à l'entreprise doivent être compris par les clients. Son point d'entrée doit, de même, être clairement identifié et permettre une communication efficace. Il apporte également d'assurer la coordination entre la plate-forme et les services sur le terrain. En résumé, là encore, l'apport de l'outil blog dépend beaucoup de la manière dont on va, ensuite, traiter l'information acquise sur les clients, afin de la transformer en matière première d'innovation ou d'amélioration. De telles initiatives peuvent, donc, permettre de mettre en place un premier processus de veille, qui plus est à faible coût ; mais, il nécessite tout un travail, en aval, de décryptage de l'information et diffusion auprès des personnes concernées.

Les veilleurs peuvent aussi effectuer une surveillance régulière et rigoureuse des blogs directement apparentés à l'univers d'activité de l'entreprise et d'autre part, une surveillance plus automatisée, par le biais des fils RSS, et moins ciblée des propos tenus sur l'ensemble des blogs. La surveillance des blogs apparentés au domaine de l'entreprise nécessite, en amont, un repérage de ces blogs. Selon Loïc Lemeur, certains blogueurs peuvent être passionnés par les marques ou les entreprises elles mêmes. Ce type de blog peut, alors, devenir alors un objet de veille régulière. Aux Etats-Unis, de grandes marques consultent régulièrement des blogs mis en place par les consommateurs pour avoir des réactions sur leurs produits. Le travail des veilleurs consiste, dans ce cas, à suivre ce que les blogueurs disent d'une marque ou d'un produit spécifique, ce qui apporte un « feedback permanent » et permet de mieux cerner les attentes de la clientèle. « Il suffit ainsi de consulter le moteur de recherche Technorati et d'y entrer le nom d'une marque ou l'URL du site de l'entreprise pour suivre ce que les blogueurs en disent », précise Loïc Lemeur. Ce phénomène est tout à fait naissant en France, mais les blogueurs parlent beaucoup des produits et services qu'ils consomment. Il peut donc être utile pour une entreprise d'identifier les

endroits, dans la blogosphère, dans lesquels on parle d'elle ou de ses produits, afin de s'approprier ces feedbacks et les exploiter pleinement.

De même, dans le cadre d'une veille concurrentielle, les blogs constituent une ressource forte intéressante. En effet, en observant les blogs externes faits par les autres entreprises, une société peut détecter les secteurs d'innovation, les changements ou les réorientations de ses concurrents. De même, en scrutant les commentaires laissés sur ces blogs, une entreprise peut détecter les faiblesses et les points forts de ses concurrents et réutiliser cette information afin de « booster » sa compétitivité. En étudiant, aussi, quelques blogs personnels créés par les employés de sociétés rivales, une entreprise peut beaucoup apprendre de ses concurrents, en s'informant sur les projets en cours ou tout simplement sur la vie quotidienne d'une entreprise. Enfin, en repérant les blogs ayant pour sujet les marques ou les entreprises concurrentes, le veilleur peut accéder à une information précieuse lui permettant d'évaluer les performances et les limites de ses concurrents, tout en se nourrissant des suggestions des blogueurs.

Ainsi, l'utilisation des blogs dans un processus de veille, commerciale ou sociétale, apporte essentiellement une information informelle et peu structurée. Cependant, celle-ci n'en demeure pas moins très précieuse, favorisant la définition des nouvelles tendances, des attentes de la clientèle et des potentialités du marché.

Les blogs, dans la lignée des TIC apparues cette dernière décennie, contribuent à modifier les relations entre l'entreprise et son marché. Combinés aux méthodes classiques de veille, ces nouveaux outils permettent aux entreprises d'exploiter de nouvelles ressources informationnelles. Celles-ci lui donnant les moyens de se défendre dans un monde de concurrence exacerbée. Cependant, l'utilisation des blogs dans un contexte de veille est encore largement sous-évaluée, même si des percées significatives voient régulièrement le jour.

Mais, bien plus qu'une nouvelle ressource documentaire au service de la veille, pour certains spécialistes de l'intelligence économique (IE) le blog devient un moyen de communiquer et de partager leurs découvertes et leurs expériences, liées à ce domaine, avec d'autres professionnels de l'information.

3. UN OUTIL DE VEILLE SUR LA VEILLE

Les blogs dédiées à la veille et à l'IE fleurissent sur la Toile, proposant aux professionnels de l'ID une façon originale de s'informer sur les évolutions de leur métier. Ces blogs sont, essentiellement, créés par des spécialistes qui souhaitent avant tout faire partager leurs découvertes documentaires ou techniques sur le sujet. Le Web francophone n'est pas épargné par le phénomène¹¹⁷. En effet, certains spécialistes français en veille stratégique ont ouvert leur blog proposant un espace de « veille sur la veille », régulièrement actualisé, alimenté de réflexions sur les enjeux du métier et ses évolutions, de comptes rendus d'événements concernant l'IE ou encore d'actualités autour des nouveaux outils de veille. De tels espaces permettent, alors, aux professionnels de l'information de se tenir au courant des évolutions et des débats qui animent cette profession. Par le biais du blogroll, ces sites se constituent en petits réseaux. Certains blogs ayant déjà une autorité reconnue au sein de la blogosphère professionnelle.

En effet, parmi les blogs référant en la matière, on trouve le blog *Outils de veille*¹¹⁸, animé par Armelle Thomas, spécialiste de la veille stratégique. « Pour moi, il s'agit tout simplement de gestion de contenu. Pour gérer ma veille sur la veille, au lieu d'empiler les fichiers Word ou les impressions papier ou d'utiliser un système de base de données complexe, il suffit d'un système simple d'édition, qui permette de classer manuellement les informations [...]. Après, on peut imaginer que les infos soient utiles à d'autres, et que cela permette de rebondir sur des outils dont on a parfois du mal à avoir des retours d'utilisateurs » confie l'auteur à propos des raisons qui l'ont poussée à ouvrir son premier blog. Complémentaire du site web déjà consacré à la veille, le blog *Outils de veille* propose des mises à jour plus régulières, tout en donnant l'opportunité aux lecteurs de réagir et de contribuer au contenu du blog. Cet espace totalement dédié aux outils de veille, propose de nombreuses catégories, toutes proches des préoccupations des professionnels de l'IE.

¹¹⁷ Voir la liste des blogs français consacrés à la veille, annexe VII

¹¹⁸ <http://inforizon.blogs.com/veille/>

Consulté par 23% des professionnels de l'ID interrogés¹¹⁹, et classé parmi les sept blogs les plus cités par ces professionnels, *Outils de veille* semble avoir trouvé son public. L'auteur a, d'ailleurs, réitéré l'expérience avec le blog *Veille Santé Environnement*, écrit en collaboration avec Gilbert Dupont, spécialiste en qualité - sécurité – environnement, consacré à la veille réglementaire touchant au domaine de la santé et de la sécurité au travail, et aux problématiques environnementales. Autre blog intéressant, et très présent dans les blogroll, *Outils froids*, consacré à la veille et à l'IE. Ce blog propose, je cite, « d'informer les *knowledge workers* des nouveaux outils, usages, méthodologies, concepts, pouvant les aider à améliorer leur productivité personnelle au quotidien ». Animé par un spécialiste de la veille stratégique, cet espace propose des réflexions autour des enjeux de la veille et de ses perspectives, une actualité sur les outils de veille, ainsi que des listes de liens commentés renvoyant vers d'autres ressources consacrées aux mêmes thèmes. Responsable de veille concurrentielle pendant quatre ans dans deux grands groupes, l'auteur a choisi, à travers cet outil, de partager ses expériences et ses découvertes (documents publiés, nouveaux outils). De plus, *Outils froids* recense régulièrement les nouveaux blogs consacrés à la veille qui apparaissent sur la Toile¹²⁰. Une quinzaine ayant déjà été identifiés. Cependant, tous ces blogs restent relativement semblables les uns aux autres, en terme de thématique et d'objectifs.

En effet, l'essor de ce type de blogs, reflète, avant tout, une réelle envie, si ce n'est un besoin, de partager des expériences et de communiquer avec d'autres professionnels, autour des préoccupations de la profession. Initialement, outil de gestion de contenu personnel, les blogs animés par des professionnels de la veille deviennent rapidement des lieux d'échanges. Très tournés vers les TIC, ces blogs s'évertuent, notamment, à présenter les nouveaux outils intéressants et à étudier leur potentiel au niveau professionnel. Les « veilleur-blogueurs » incitent, aussi, leur lecteur à faire de même afin de mettre en place un système d'évaluation et de comparaison réutilisable dans le cadre professionnel, comme le précise Christophe Deschamps, auteur d'*Outils froids*, lorsqu'il s'explique sur les raisons qui l'ont

¹¹⁹ Dans cette enquête aucun spécialiste de la veille n'a été interrogé, la majorité des répondants étant documentalistes généralistes ou bibliothécaires.

¹²⁰ Voir notamment, le billet <http://www.outilsfroids.net/news/966.shtml>

poussé à ouvrir ce blog : « Partager mes découvertes à ce sujet [les nouveaux outils] me semble aller de soi pour la simple raison que je vois ces outils sous leur aspect contextuel. Je m'explique, j'ai besoin de connaître leurs potentialités afin de pouvoir penser à les utiliser lorsque le besoin apparaîtra ».

Autre caractéristique, les blogs consacrés à l'IE, sont, pour la plupart, nés d'initiatives personnelles. Cependant, cela n'altère en rien la qualité du contenu que l'on peut y trouver. En effet, les « veilleur-blogueurs » français offrent, quasiment tous, un contenu exclusivement professionnel. Même si le ton est plus détendu, ces blogs conservent une ligne éditoriale rigoureuse, fidèle aux objectifs de leur auteur. Ils ne proposent aucune information de type personnel. Contrairement aux blogs anglophones qui eux n'hésitent pas mélanger photos de famille et comptes rendus de conférence.

De même, tous les auteurs de ce type de blogs s'identifient, présentant en détail leurs objectifs, leurs attentes, et la façon dont ils conçoivent leurs blogs, en terme d'apports professionnels et personnels. Les blogs consacrés à la veille sont, donc, créés de manière très rationnelle, avec des perspectives et des finalités définies même si celles-ci peuvent parfois être dépassées dans la pratique. Plus qu'un effet de mode, les blogs consacrés à la veille répondent à de véritables objectifs, proposant aux professionnels de l'information un système de formation mutuelle à travers le partage d'expérience et le partage de ressources. A voir le dynamisme de ces blogs, ces initiatives semblent avoir été accueillies favorablement par les professionnels de l'information qui y trouvent une autre façon de s'informer sur l'évolution de la profession et de tisser des liens.

Ainsi, on trouve également sur le Web des blogs créés par des promotions d'étudiants en IE, à l'exemple du blog *Blogistia*, créé par la promotion du master 2 information stratégique de l'ISTIA¹²¹ et ayant pour vocation de tenir informé les étudiants présents et passés, des évolutions dans ce domaine. A terme, on pourrait, alors, espérer que ces blogs puissent devenir un espace d'échange entre les professionnels de la veille et les futurs veilleurs. Utilisés comme tel, ces blogs

¹²¹ <http://shiva.istia.univ-angers.fr/~blogistia/>

pourraient faciliter la création de réseaux de professionnels. Les anciens étudiants pouvant alors plus facilement garder le contact avec les promotions suivantes. Les professionnels de l'IE, investissent à leur tour, par le biais de cette pratique, le cyberspace, offrant une nouvelle visibilité à des métiers jusque là plutôt tenus dans l'ombre. Grâce à ces initiatives, les professionnels de la veille, et de l'IE en général, disposent d'espaces d'échanges virtuels proches de leurs préoccupations quotidiennes. Une pratique très développée dans les pays anglo-saxons qui tend à s'étendre en France, touchant d'autres métiers de l'ID.

En effet, les veilleurs ne sont plus les seuls professionnels de l'ID à bloguer. Ainsi, depuis, deux ans environ, les documentalistes et les bibliothécaires sont de plus en plus nombreux à ouvrir un blog consacré à leur métier. Tout comme pour les blogs consacrés à la veille, certains blogs animés par ces professionnels connaissent une audience non négligeable figurant en bonne place dans la blogosphère professionnelle.

Contrairement aux blogs que l'on vient d'étudier, les « librarian blogs » ne naissent pas seulement d'initiatives individuelles et personnelles. En fait, il existe trois types de « librarian blogs » : les blogs personnels, les blogs créés par des organismes ou des réseaux professionnels, et enfin les blogs de structures documentaires, « library blogs » en anglais. Chaque type répondant à des objectifs propres. Très développés dans les pays anglo-saxons, ces types de blog apparaissent doucement en France.

PARTIE IV

QU'EST CE QUI FAIT BLOGUER LES PROFESSIONNELS DE LA DOCUMENTATION ?

A. LES BLOGS INDIVIDUELS : UN ESPACE D'ÉCHANGE AUTOUR DE PRÉOCCUPATIONS PROFESSIONNELLES

1. A LA CONQUÊTE DE LA BLOGOSPHERE

En Angleterre et aux États-Unis, les professionnels de la documentation se sont appropriés assez rapidement la technologie blog, à titre d'abord personnel, proposant de vrai espace de discussion et de partage autour des métiers de l'ID. Les bibliothécaires ont été les premiers à utiliser cet outil pour parler de leur métier. L'un de ces blogs anglophones les plus connus, y compris en France, est celui de la bibliothécaire, Jessalyn West, auteur de *Librarian.net*¹²², un blog reconnu dans la blogosphère. Pour preuve, l'auteur a reçu une carte de presse pour couvrir certains événements politiques tels que la Convention du Parti Démocrate en 2005. Puis, progressivement, d'autres catégories de professionnels de l'ID se sont intéressées à ce nouvel outil de publication, dont des documentalistes. En France, le mouvement tend à se développer. On trouve, actuellement, sur la Toile des blogs personnels de bibliothécaires et de documentalistes connaissant une audience relativement importante au sein de la sphère professionnelle. D'après l'enquête menée auprès de professionnels de l'information, 69% des professionnels interrogés consultent les blogs documentaires, ceux-ci arrivant en tête des blogs consultés¹²³, devant les autres blogs personnels et les blogs journalistiques. Le blog le plus cité étant *Biblioacid*, lu régulièrement par 64% de ces professionnels¹²⁴.

*Biblioacid*¹²⁵, se présente comme un blog dédié à l'univers des bibliothèques et des technologies, animé par des bibliothécaires. Informer sur ce qui se passe dans ces domaines en France comme à l'étranger, proposer des pistes de réflexion sur l'impact des technologies, sur le rôle des bibliothèques, sur les attentes des utilisateurs et réfléchir aux évolutions du métier, tels sont les objectifs de ce blog. Il accueille aussi bien de l'information factuelle que des commentaires

¹²² <http://www.librarian.net/>

¹²³ Voir graphique, annexe VI

¹²⁴ Ibid

¹²⁵ www.biblioacid.org

personnels.

D'abord, espace de publication personnel réservé à l'usage personnel de l'auteur Nicolas Morin, *Biblioacid* est devenu une ressource intéressante pour l'ensemble des professionnels de l'ID. Le blog est, d'ailleurs, aujourd'hui animé par plusieurs auteurs dont Marlène Delhaye, bibliothécaire dans l'enseignement supérieur. Né de l'influence des pratiques professionnelles américaines, comme le souligne son auteur : « je suis anglophone et je suis beaucoup ce qui se fait dans la profession des bibliothèques américaines. Aux Etats-Unis, il y'a une tradition très forte d'avoir un site professionnel à titre à individuel, où les professionnels mettent tout ce qu'ils font dans le cadre de leur activité courante et proposent des réflexions sur la profession », *Biblioacid* propose un véritable espace de veille et d'échange autour de la profession.

Sur la lignée des auteurs de *Biblioacid*, d'autres professionnels français ont ouvert leur blog. Parmi les plus connus, *Figoblog*¹²⁶ et *Blogokat*¹²⁷ consultés respectivement par 33% et 19% des professionnels interrogés. Le premier dédié à Internet, à la bibliothéconomie et à quelques sujets plus personnels, se présente comme l'un des blogs français, de ce type, le plus proche de ce qui se fait dans les pays anglo-saxons, conciliant information professionnelle et information privée. Le second, se définit comme un blog « subjectif avec une sélection de ressources ayant trait aux domaines de la documentation, des technologies de l'information, d'Internet ainsi que bien d'autres choses... ». Dans le cas de ces deux blogs les auteurs préservent un certain anonymat, une pratique assez rare avec ce genre de blog.

L'autre blog à connaître, est sans conteste, celui d'Emmanuel Barthe, documentaliste juridique, intitulé *Precisement.org, un blog pour l'information juridique*¹²⁸. Ce blog très ciblé, vise à informer les professionnels de l'ID des pratiques liées à ce domaine spécifique, tout en proposant une veille réglementaire et des actualités plus générales autour des métier de l'ID. Dans la même logique,

¹²⁶ www.figoblog.org

¹²⁷ <http://blogokat.canalblog.com/>

¹²⁸ <http://www.precisement.org/blog/>

le blog *Servicedoc Info*¹²⁹, propose une actualité autour de la documentation juridique. Se rapprochant du format des tous premiers blogs scientifiques, *Servicedoc Info* propose essentiellement des liens renvoyant vers des documents externes. Initialement conçu comme un espace de publication dévoué à la documentation juridique, ce blog ne joue pas vraiment la carte de l'interactivité, en cela il diffère un peu des autres blogs créés par des professionnels de l'ID qui recherchent, avant tout, à privilégier l'échange et le partage de ressources et d'expérience professionnelles.

Les blogs consacrés à la documentation apparaissent progressivement sur le Web francophone. Des jeunes diplômés aux plus expérimentés¹³⁰, les professionnels de la documentation ne restent pas insensibles aux bienfaits du blog. Il reste difficile de recenser l'ensemble de ces blogs, la plupart ayant souvent été découverts par hasard ou par le biais du blogroll. Cependant, des outils se développent afin de les repérer plus aisément. Ainsi, le moteur de recherche *Open Directory Project (ODP)*¹³¹ tente de recenser les blogs (anglophones) animés par des professionnels de l'ID, en les classant selon leur type (blogs individuels, d'organismes ou de structures documentaires). Une initiative qui pourrait, un jour, s'étendre au Web francophone.

L'essor de ce type de blogs reflète une certaine volonté de la part des professionnels des bibliothèques et des autres métiers de l'ID, de communiquer autour de leur profession. Cette facilité de publication donne l'occasion aux membres de ces « communautés professionnelles » de mettre de l'information en ligne pour leurs collègues et, ainsi, de leur offrir une nouvelle forme de service, basé sur l'interaction et une plus grande liberté de ton. Tous ces blogs ont, en effet, la même vocation, et conservent souvent des traits communs. Au-delà d'une simple initiative personnelle, les blogs créés par des professionnels de l'ID et dédiés à ce sujet, véhiculent les valeurs de l'information - documentation. Ils favorisent, en effet, le partage et la diffusion des informations utiles dans le but de faciliter le travail d'autrui, en l'occurrence d'autres professionnels de l'ID.

¹²⁹ <http://www.servicedoc.info/>

¹³⁰ Voir liste des autres blogs français répertoriés, annexe VII

¹³¹ http://dmoz.org/Reference/Libraries/Library_and_Information_Science/Weblogs/

2. CARACTERISTIQUES ET OBJECTIFS DE CES BLOGS

Le premier point commun entre tous ces blogs est, sans conteste, la volonté de créer un espace de veille sur la profession, tout en partageant cette veille avec d'autres professionnels appelés à l'alimenter. A la base, nombreux blogs consacrés à la documentation ont été créés sous la forme d'un bloc note permettant aux professionnels de capitaliser et de préserver les documents et les informations utiles qu'ils accumulaient sur d'autres support, comme le souligne l'auteur de *Blogokat* lorsqu'elle explique les raisons qui l'ont poussée à bloguer : « Cela m'a semblé être un bon moyen de garder une trace de ma veille, tout en la partageant et en capitalisant le temps passé ». Au fur et à mesure que les professionnels ont alimenté leur bloc note, le besoin c'est, alors, fait sentir de partager ses ressources avec d'autres professionnels susceptibles d'en avoir besoin à leur tour. Ainsi Jean-Charles Houpiet, conservateur stagiaire et co-auteur de l'étude sur les apports du RSS en bibliothèque, voit en cette pratique un formidable outil de mutualisation des compétences et des connaissances professionnelles : « je suis persuadé que nombre de personnes compétentes maintiennent une veille ou un outil d'information qui mériterait d'être partagé et ouvert à tous. C'est en mutualisant les ressources, les expériences et les compétences que l'on progresse. La masse d'informations professionnelles à traiter, à analyser, à vulgariser est importante et croissante ; la solution réside dans la mise en commun des actions. Le blog est actuellement le meilleur outil pour atteindre ce but ».

D'un blog à l'autre, les thématiques demeurent assez similaires. On trouve, alors, sur ces blogs des informations liées aux évolutions des technologies de l'information (méta données, web sémantique), au droit d'auteur, aux événements professionnels importants (conférences, publications), et à tout ce qui touche à la recherche documentaire. Or, l'information personnelle, touchant à la vie privée de l'auteur ou des contributeurs, est très peu présente sur ces espaces virtuels. Si quelques blogs autorisent « les billets d'humeur » traitant de tout et de rien, la plupart des blogs consacrés à la documentation se limitent à un contenu très professionnel. « On a France une tradition de césure qui me semble plus nette

entre la vie professionnelle et la vie personnelle. Mes collègues américains ont des blogs où la frontière est plus floue. Ils mélangent beaucoup les deux, moi ça ne me choque pas, mais en France ça ne passerait pas, remarque Nicolas Morin tout en poursuivant, je ne le fais pas sur *Biblioacid*, parce que je m'adresse à la communauté professionnelle et je pense que ça ne marcherait pas bien. Pour nous mélanger les deux domaines demeure plus problématique ». Il semblerait, donc, qu'en France, informations professionnelles et informations personnelles ne peuvent cohabiter sur un même espace virtuel, au risque de voir les dernières décrédibiliser les premières.

Cependant, certains tentent l'expérience, *Blogokat* et surtout *Figoblog*, n'hésitent pas à traiter des sujets tels que les TIC ou la recherche documentaire, tout en diffusant aussi des billets plus légers et plus personnels. Ce qui ne semble pas nuire à la qualité des autres informations diffusées.

Certains blogs dédiés à la documentation sont aussi apparus dans le cadre d'un autre objectif : tester l'outil blog afin de définir ses potentialités. Ainsi, le blog *Dossier Doc*¹³², créé par une spécialiste en ingénierie documentaire, a vu le jour dans le but d'évaluer l'outil afin de le proposer, ensuite, à des documentalistes ayant peu de moyens comme outil pour diffuser de l'information à leur public. L'auteur s'évertue, donc, depuis quelques temps, à démontrer aux documentalistes les possibilités de l'outil en proposant, notamment, d'utiliser le blog comme support de diffusion pour certains produits documentaires tels qu'un dossier documentaire ; une expérience qu'elle a elle-même tentée sur son blog. De même, Nicolas Morin, utilise son blog afin de tester de nouvelles fonctionnalités relatives à la technologie blog telles que le RSS ou le podcasting. L'auteur de *Biblioacid* confie, en effet, qu'il y'a à travers cette démarche « une volonté de sensibiliser les collègues à de nouveaux outils ». Aujourd'hui, il souhaite, à travers ce blog, faire connaître toutes les techniques qui tournent autour du format RSS et XML, « là je suis plus insistant vis-à-vis des lecteurs, car je pense que c'est quelque chose qu'on pourrait réutiliser. Je signale dans le blog, afin de les

¹³² <http://dossierdoc.typepad.com/>

faire connaître, les produits dérivés du blog ou les aspects du blog qui pourraient être intégrés dans les pratiques des bibliothécaires ».

Enfin, pour d'autres, tenir un blog, revient à s'adonner à un véritable exercice documentaire. « Le plus dur dans ce travail de longue haleine, n'est pas de trouver l'inspiration, la bonne idée, mais de lire, écrire, mettre en forme, organiser, revenir sur sa pratique, sur soi. Une remise en question. Une aventure intérieure sur mon métier d'enseignante - formatrice » avoue un professeur documentaliste qui a tenté l'expérience. Tandis que pour Jean-Charles Houpier maintenir un blog demeure « un exercice permanent de rédaction et de synthèse d'informations très enrichissant ». A la lecture de ces lignes, on remarque, alors, que dans les blogs animés par des professionnels de la documentation, la rigueur documentaire n'est jamais bien loin.

Sélection, validation, synthétisation et catégorisation de l'information, le blog offre aux professionnels de la documentation un nouveau moyen d'exercer leurs talents. A l'époque du web anarchique et de l'information déstructurée, les blogs permettent de concilier deux grands principes de la documentation, à savoir l'organisation des données et l'accessibilité à l'information.

La facilité de création et de gestion de l'outil, ainsi que la possible interactivité offerte par les blogs ont, donc, su séduire les professionnels de l'ID. Des blogs qui semblent, d'ailleurs, avoir trouvé un certain écho dans la sphère professionnelle. En effet, 33% des professionnels interrogés disent consulter essentiellement et régulièrement ce type de blogs, tandis que 37% les consultent de temps à autre. Le professionnalisme de ces blogs n'étant certainement pas inconnu au relatif succès qu'ils connaissent. Une réussite qui revêt un aspect bien plus qualitatif que quantitatif. En effet, la plupart des professionnels qui tiennent un blog, affirment y avoir beaucoup gagné en terme d'enrichissement professionnel et personnel. Ainsi, le blog permet d'échanger avec d'autres professionnels voire de se créer un réseau, tout en s'ouvrant à d'autres points de vue. Une ouverture et une visibilité nouvelle sur le Web qui pourrait bien profiter au métier de l'ID.

3. BLOGUER POUR CREER DES LIENS

Bloguer pour bloguer n'a pas d'intérêt, mais tenir un blog afin d'y déposer des documents susceptibles d'intéresser l'ensemble de la profession peut être une bonne initiative. Encore timide en France, de telles démarches favoriseraient, pourtant, le travail des documentalistes. On le sait, observer les « best practices » apporte beaucoup, ceci étant aussi valable dans le domaine de la documentation. Certains professionnels déplorent, d'ailleurs, ce manque de mise en commun des expériences, Nicolas Morin déclarant à ce sujet : « Je regrette qu'il n'y ait pas plus de professionnels qui aient des sites personnels. En effet, c'est intéressant de mettre des comptes rendus de projets ou des cahiers des charges à la disposition d'autres professionnels. C'est également important de dire ce qu'on a fait en tant que professionnel, dire ce qu'on a mis en place, parler de ces attentes, de ces projets...Ca profiterait à tout le monde ». Un manque de communication qui, aujourd'hui, ne peut plus se justifier par le manque de moyens techniques.

Les attentes autour des blogs existants sont donc importantes. Les professionnels de l'ID qui les consultent espèrent bien trouver sur ces blogs une information de qualité proche de leurs besoins. Ainsi, 39% des professionnels interrogés attendent de ces blogs une information riche et traitée ; tandis que 45% attendent de ces espaces un véritable échange entre professionnels. C'est incontestablement, la notion d'échange qui séduit les lecteurs de ces blogs, tout autant que leurs auteurs. Pour certains, ouvrir de tels blogs permet de prendre contact avec les autres professionnels plus facilement ; certains expliquant même qu'ils communiquent mieux avec leurs collègues en utilisant le blog, plutôt qu'en travaillant directement avec eux. « En 2 ans, c'est construit autour du blog une petite communauté, confie Nicolas Morin, c'est devenu un lieu d'échange et de partage avec un certain nombre de gens qui ont un blog eux même ou bien se contentent d'en lire, laissent des commentaires et prennent contact ; cela n'existait pas avant [...]. Il y a un certain nombre de collègues d'autres établissements avec qui je communique et je partage des choses professionnellement, maintenant, et cela c'est forgé à partir de ces outils ».

Autre conséquence positive découlant de ces pratiques et liée à la notion de réseau, l'ouverture de la profession. En effet, toujours selon l'auteur de *Biblioacid*, les blogs n'attirent pas uniquement les lecteurs spécialistes du domaine concerné, « d'après les statistiques, j'ai vu qu'il y'avait des gens non bibliothécaires, mais qui tournent autour de la documentation ou de l'informatique documentaire qui lisent le blog. C'est intéressant ça élargi le cercle offrant des points de vue et des discussions avec des gens qui ne sont pas du même moule que nous ». Une ouverture qui semble satisfaire beaucoup de blogueurs, à l'image de l'auteur de *Blogokat* qui se réjouit des apports de son blog : « Quand j'ai commencé, je ne savais pas ce que Blogokat deviendrait... Aujourd'hui, je n'imagine pas arrêter. Mon blog m'a permis d'avoir quelques échanges avec d'autres blogueurs, mais pas forcément des documentalistes ! ». Ces outils semblent, donc, offrir un nouveau moyen de fédérer les différentes branches de l'ID, rassemblant des professionnels d'horizons différents mais tous liés par l'information - documentation. Grâce à ces espaces d'échanges, les métiers de l'information semblent se rapprocher, se compléter et s'apporter mutuellement, redonnant à l'information - documentation une certaine homogénéité qui pourrait, pourquoi pas un jour, faire oublier les tensions qu'il y'eut jadis entre documentalistes, archivistes et bibliothécaires. N'exagérons, tout de même, pas le phénomène. Ces initiatives restent encore peu nombreuses. De plus, un problème majeur freine les potentiel de telles démarches : le manque de participation des lecteurs.

Si ces blogs sont lus par une bonne partie des professionnels de l'ID, il n'en reste pas moins que peu y participent activement. D'après l'enquête, seulement un quart des professionnels interrogés participent aux blogs documentaires. « J'ai assez peu de retours de mes lecteurs : ils laissent assez peu de commentaires... » constate, par exemple, l'auteur de *Blogokat*. Une tendance assez commune à l'ensemble de ces blogs, bénéficiant pourtant d'une bonne audience. Pousser les lecteurs à réagir, tel est, donc, l'effort à mener actuellement, pour faire de ces blogs de vrais espaces de travail collaboratif axés sur la documentation.

Conférant une visibilité nouvelle aux professionnels de l'ID, les blogs pourraient, alors, apporter un plus à l'image des métiers de la documentation souvent sous estimés. « Dans les blogs américains c'est une idée forte, cela revient couramment de dire que les professionnels de l'information peuvent être vus comme des pionniers capables de s'adapter aux nouveautés informatiques », remarque Nicolas Morin tout en précisant qu'en France, c'est une préoccupation minoritaire. Les blogs français consacrés à la documentation n'ont pas véritablement pour mission de promouvoir les métiers de l'ID. Cependant, beaucoup remarquent que cette pratique pourrait, néanmoins, rafraîchir un peu l'image du métier. « C'est un moyen qui pourrait permettre aux documentalistes d'être plus présents sur Internet et de dépeussier la profession, d'en donner une image plus positive » explique l'auteur de *Blogokat* ; tandis que d'autres précisent que ce ne sont pas les blogs qui changent l'image du métier, mais plutôt les métiers qui évoluent, cette évolution se reflétant, alors, dans ces nouvelles pratiques.

En fait, peu importe qu'ils changent l'image du métier ou non, les blogs apportent aux professionnels de l'information une interactivité essentielle, un nouveau moyen de communiquer, et un nouvel outil de veille sur le métier. « Les bibliothécaires sont souvent très passifs par rapport à l'information qui circule sur le métier. Les blogs pourraient les aider à s'ouvrir plus facilement au partage des idées, surtout grâce au côté informel » insiste l'auteur de *Figoblog*, qui voit en ce nouvel outil la possibilité de « désenclaver » certains domaines de la documentation, plus isolés que d'autres. Les « librarian blog » se présentent, donc, comme des initiatives individuelles, évoluant parfois vers des pratiques collectives, profitant et profitables à l'ensemble de la profession. Des pratiques qui tendent d'ailleurs à être reprises par des réseaux et des organisations professionnels déjà constitués, afin de fortifier et de dynamiser leurs actions.

B. LES BLOGS D'ORGANISMES PROFESSIONNELS : UNE UNE AUTRE FACON D'ANIMER UN RESEAU

1. URFISTINFO ET BLOGFORMIST : POUR UNE MEILLEURE VISIBILITE NATIONALE

Rentrée 2004, un nouveau blog collaboratif apparaît sur la Toile : *Urfist Info*¹³³, créé et animé par le réseau des URFIST qui traite de l'actualité des sciences de l'information et du monde de la documentation et des bibliothèques. Les Unité Régionale de Formation à l'Information Scientifique et Technique, présentes dans sept villes françaises, ont pour mission la formation des usagers aux nouvelles technologies de l'information et de la communication. Ils déploient également une activité de veille et de recherche sur des thématiques précises ; une activité, dorénavant, visible sur le blog. On trouve, alors, sur *Urfist Info* trois catégories de rubriques : des messages sur des thématiques générales (outils de recherche, veille scientifique et technologique), des thématiques plus ciblées (archives ouvertes, gestion des connaissances) et enfin, des informations sur l'activité même du réseau (rencontres, publications, et formations proposées). Des billets d'humeur, des notes et des opinions personnelles liés aux thématiques précitées peuvent aussi être échangés. Près d'une quinzaine de professionnels (enseignants, chercheurs en sciences de l'information et conservateurs de bibliothèques) contribuent à alimenter cet espace.

Selon les auteurs d'*Urfist Info* qui ont agréablement accepté de répondre à mes questions, ce blog est né de la volonté de « formaliser un réseau pour gagner en visibilité, globaliser la veille et expérimenter un mode de publication ». En fait, trois raisons sont à la source du projet. Une raison « externe », tout d'abord, visant à « renforcer la visibilité nationale du réseau, par un outil unique, commun ». Puis, une raison « interne » au réseau, celui-ci cherchant à développer le travail collaboratif des URFIST autour de cet outil, tout en renforçant les dynamiques collectives de partage des ressources et des compétences. Enfin, une volonté de valoriser l'activité du réseau, notamment, en terme de veille sur les problématiques de l'information scientifique et technique (IST). Le réseau ayant

¹³³ <http://www.urfist.info>

« besoin de trouver un espace collaboratif permettant d'échanger et de rendre plus disponible aux autres l'expertise de chaque membre du réseau » précisent les auteurs.

Une initiative qui permet, alors, aux utilisateurs de trouver rapidement un maximum de ressources sur la maîtrise de l'information scientifique et technique, tout en offrant au réseau une meilleure visibilité sur le Web. « Le blog propose, donc, un autre vecteur pour être repéré par notre public universitaire, notamment » expliquent les auteurs, tout en précisant qu'il ne s'agit pas pour autant d'une vitrine mais bien « d'un site de contenu ».

Avec près de 60 000 visiteurs (soit près de 300 par jour) en quelques mois¹³⁴, et 400 billets postés, *Urfist Info* semble avoir réussi son entrée dans la blogosphère professionnelle. Très lu par professionnels du monde universitaire, des bibliothèques, et dans les réseaux de recherche s'intéressant à l'IST, les auteurs se disent satisfaits de l'activité et de la portée d'*Urfist Info*. Ceux-ci envisagent, d'ailleurs, face au succès de l'outil, une refonte du mode de catégorisation actuel des billets, afin d'optimiser la lisibilité du blog et faciliter la recherche des documents publiés.

Face à un tel succès, on comprend, alors, que d'autres organismes tentent l'expérience. L'ENSSIB a, en effet, elle aussi tenté l'expérience avec l'ouverture du blog collectif *Blogformist*¹³⁵ consacré, entre autres, à la formation à la relation usager. On trouve, alors, sur cet espace des notes, des idées et des ressources en relation avec le travail des professionnels de l'information, complémentaires de ce qui est déjà publié sur le site institutionnel *Formist*. Une rubrique est, aussi, dédiée aux activités de l'organisme (rencontres, conférences) alimentée de photographies et de commentaires.

Né de l'envie de disposer d'un espace de publication où partager des documents pédagogiques de toutes sortes, *Blogformist* propose un espace d'échange mêlant interactivité et souplesse. Un outil qui permet, alors, « de faire partager à la communauté des formateurs, autour de la maîtrise de l'information, nos

¹³⁴ Chiffres communiqués en Avril 2005.

¹³⁵ <http://blogformist.enssib.fr/>

découvertes, nos interrogations et nos informations », soulignent certains utilisateurs du blog.

Complémentaires aux sites web institutionnels déjà existants, les deux blogs étudiés, offrent un autre moyen de gagner en visibilité et de globaliser la veille autour du métier, des formations et des débats existants, tout en expérimentant un nouveau mode de publication. En aucun cas il ne s'agit pour ces blogs de reprendre le contenu des sites web, mais d'apporter des ressources nouvelles à leur public, tout en leur proposant un espace de publication et d'expression ouvert et lisible par tous. Une fois de plus, la simplicité et l'interactivité proposées par l'outil blog a su séduire, offrant aux organismes un moyen d'être plus présents, à travers le Web, sur le territoire national. Une idée clairement énoncée par les auteurs d'*Urfist Info*, qui conçoivent l'outil comme « une autre forme de publication, dynamique, et non plus statique. Les informations diffusées sur le blog intéressent la communauté *nationale* ».

De même, certaines organisations ou réseaux professionnels, tentent d'utiliser le blog afin de privilégier une relation plus « intime » avec les membres, au niveau régional. En effet, certains réseaux professionnels tels que l'ADBS (Association des Documentalistes et des Bibliothécaires Spécialisés) dispose d'une structure web nationale, renvoyant vers des sites régionaux. Mais, pour certains professionnels le site régional, trop statique, ne permet pas vraiment de mettre en place des échanges interactifs au sein des régions, comme ceux que l'on peut développer sur un blog.

2. VERS DES RESEAUX REGIONAUX PLUS REACTIFS ?

En 2004, sont apparus des blogs consacrés à l'information et à la documentation mis en place par des réseaux de professionnels. Le blog *ADBS Provence*¹³⁶ est l'un d'entre eux. Consacré à l'information - documentation et à l'informatique documentaire, le blog propose d'informer les membres de réseau

¹³⁶ <http://adbsprovence.canalblog.com>

sur les publications et les événements professionnels importants, tout en leur offrant une actualité sur les nouveaux outils exploitables en documentation. Selon l'auteur, le blog répond, en fait, à plusieurs objectifs : expérimenter l'outil blog, diffuser des informations concernant les adhérents ADBS de la région, toucher éventuellement d'autres documentalistes et signaler des documents intéressants sur le Web.

Complémentaire du site régional, le blog *ADBS Provence* tend à rassembler un « noyau dur de contributeurs », à l'image de ce qui se fait sur *Urfist Info* et, à mettre en place « un groupe de travail autour d'un système collaboratif et surtout une méthode de travail » précise l'auteur, tout en notant, hélas, que le public n'est pas encore au rendez vous. Il semblerait que les professionnels restent encore essentiellement attachés au site web régional et ne s'intéressent pas encore au jeune blog. L'initiative est pourtant intéressante, le blog revendiquant son lien direct avec le site régional, à travers une charte graphique quasiment similaire à celle du site, ce qui permet aux internautes de mieux identifier le lien, voire la complémentarité, entre les deux espaces.

Autre initiative à relever, celle de l'association *Résodoc*, réseau des documentalistes en Basse Normandie qui a, elle aussi, tenté l'expérience du blog¹³⁷. L'association *Résodoc* a été créée en 2001. Elle a pour objectif de favoriser la connaissance des fonds documentaires des centres de documentation de la région, l'échange d'informations liées à la profession et à l'évolution du métier, l'échange des savoir-faire, l'aide à l'emploi, la formation, et la promotion des métiers de la documentation. Des missions véhiculées à travers le blog. Cet outil facilite, alors, la prise de contact entre les membres et la mise en commun de toutes les réflexions et les ressources autour de ces thématiques, tout en informant les lecteurs sur la vie du réseau (assemblées générales, comptes rendus...). Assez régulièrement remis à jour, cet espace accueille les commentaires des lecteurs, ceux-ci devant, cependant, les poster, par email à l'auteur qui décide de les publier ou non.

¹³⁷ <http://resodoc.typepad.com>

« Se tenir informé de l'actualité concernant le monde de la documentation, en particulier sur la Basse-normandie » tel est, donc, le premier objectif de ce blog. L'auteur précise qu'il s'agit d'un outil de communication au service de l'association, mais son existence induit que les personnes l'alimentent. Sinon, la justification de son existence tombe aussitôt. Or, l'auteur confie à ce sujet : « le public consulte mais n'alimente pas, nous recevons très peu de commentaires. Très peu de mails sont envoyés au bureau afin de nous demander de mettre une note en ligne ». Le problème de la participation reste, encore, un frein important à ce type d'initiatives qui pourtant pourrait faciliter les échanges au sein de l'organisation, chaque membre pouvant s'informer et informer régulièrement de ce qui s'y passe et de ce qui s'y « pense ».

« La communauté préexiste et le blog est un outil de communication destiné à la faire vivre¹³⁸ ». Dans le cas des deux blogs étudiés, l'outil n'a pas pour but de créer un réseau, différemment aux blogs personnels étudiés précédemment, mais de contribuer à la vie du réseau déjà existant. Dynamiser le réseau et surtout permettre à ses membres de se tenir au courant, tels sont les objectifs de ces espaces qui, plus dynamiques qu'un site web, permettent un retour plus rapide de la part des lecteurs. Cependant, pour parvenir à cet idéal d'échange, les lecteurs doivent prendre l'initiative. Leur implication dans le réseau doit, alors aussi, passer par une participation plus active sur le blog, relais et surtout reflet de l'activité du réseau.

En effet, grâce à ces initiatives, certaines associations professionnelles peuvent être plus facilement mises en lumière sur le Web. On l'a vu, l'indexation automatique des billets ainsi que le bon référencement dont bénéficient la plupart des blogs peuvent bénéficier à un réseau professionnel, celui-ci devenant plus visible et, donc, plus susceptible d'être découvert par d'autres professionnels de l'ID. De plus, ces blogs regorgent d'informations précieuses intéressant l'ensemble de la profession, ils peuvent, alors, devenir une source d'information importante, même pour les professionnels extérieurs au réseau.

¹³⁸ D'après l'auteur du blog de *Resodoc*

Cependant, de telles initiatives restent extrêmement rares sur le Web francophone. Souvent très attachées au modèle du site web statique favorisant surtout une communication unilatérale plus facile à contrôler, les associations et les organisations professionnelles ne semblent pas encore, tout à fait prêtes à adopter le blog ; sans doute parce que le besoin ne s'en fait encore sentir.

En effet, pour fonctionner, de tels blogs doivent avant tout répondre aux besoins des membres de réseau. En l'absence de justifications reconnues par tous, cet outil ne peut fonctionner à long terme.

Les blogs peuvent, donc, si ils sont associés à une véritable volonté de partage et de communication, être utiles aux associations et aux organismes professionnels, permettant de favoriser l'échange entre professionnels à l'échelle régionale ou nationale. Reflet plus fidèle de l'activité quotidienne d'un réseau, le blog permet de mettre en valeur le dynamisme et les actions d'un groupe de professionnels. Cependant, une telle démarche nécessite un engagement important de la part des membres du réseau qui doivent apprendre à communiquer plus spontanément autour de leurs activités professionnelles. Reste encore à convaincre les professionnels de l'ID de l'importance de leurs contributions sur de tels espaces, la plupart se cantonnant à un rôle de lecteur, insuffisant pour exploiter tout le potentiel de l'outil en terme de travail collaboratif.

Au-delà des blogs uniquement dirigés vers d'autres professionnels de l'information, certains documentalistes ou bibliothécaires tentent d'utiliser la technologie blog afin de se rapprocher de leurs usagers. En effet, si la communication entre professionnels est primordiale, l'échange entre les professionnels et leurs clients ne l'est pas moins. Et si le blog peut être utilisé pour créer des espaces de partage entre professionnels, il peut tout à fait être utilisé de même en direction, cette fois ci, des usagers d'une structure documentaire.

C. LES BLOGS, UN OUTIL AU SERVICE DES STRUCTURES DOCUMENTAIRES

1. QUELQUES INITIATIVES FRANÇAISES

Beaucoup de bibliothèques et de centres de documentation américains utilisent le blog afin de créer un espace d'échange avec leurs usagers. Parmi ces blogs, Darlène Fitcher, spécialiste des bibliothèques, propose une sélection de quelques exemples réussis dont : *The St. Joseph County Public Library Book Blog*¹³⁹, *Roselle Public Library's Blogger Book Club*¹⁴⁰, ou encore *Waterboro Public Library's Weblog of literary and library news and resources*¹⁴¹. Des blogs reconnus dans la blogosphère professionnelles anglo-saxonne.

En France, le phénomène tend aussi à se développer, certaines bibliothèques ou centres de documentation tentant l'expérience du blog. Trois types de structures commencent à adopter l'outil : les bibliothèques municipales, les bibliothèques universitaires et les centres de documentation (encore très minoritaires dans cette pratique).

En 2005, deux bibliothèques municipales françaises ont ouvert leur blog respectif. La bibliothèque de St Julien de Maurienne, tout d'abord, a choisi d'ouvrir un blog¹⁴² afin de proposer un espace d'actualité autour de la vie de la bibliothèque. Dénuée de site web propre, la structure a souhaité disposer, enfin, d'un espace virtuel bien à elle. « J'avais pensé à un site mais ça me paraissait compliqué à mettre en œuvre, coûteux et difficile à mettre à jour. Alors qu'un blog c'est un journal électronique facile à réaliser, souple, permettant de publier et d'échanger avec les lecteurs, surtout les adhérents à la bibliothèque, et ainsi, de faire circuler toutes sortes d'informations » confie la bibliothécaire à propos des motivations qui l'ont poussée à ouvrir ce blog, tout en précisant : « Pour une petite commune comme la nôtre la gratuité est un atout indéniable, pas besoin de convaincre les élus vu que de toute façon il n'y aura pas de ligne budgétaire à prévoir ».

¹³⁹ <http://homepage.mac.com/nrdtsjclp/B1732759005/index.html>

¹⁴⁰ <http://bloggerbookclub.blogspot.com>

¹⁴¹ <http://www.waterborolibrary.org/blog.htm>

¹⁴² <http://biblio-st-michel-de-maurienne.over-blog.com/>

Dans la même logique, l'espace multimédia de la médiathèque Monnaie (dans la Drôme) propose le blog *Esp@ce multimédi@*¹⁴³ à ses lecteurs présents et à venir. Complémentaire du site web de la structure, le blog permet, selon son auteur, « l'échange et l'interactivité ».

Les bibliothèques municipales, ne sont pas les seules à avoir tenté l'expérience du blog. Quelques structures documentaires universitaires ont aussi ouvert un blog. Ainsi, la bibliothèque de l'IUT de Dijon propose un blog axé sur l'actualité de la structure. Complémentaire du site institutionnel, le blog a pour mission, selon les bibliothécaires, « de rendre compte de la vie et de l'activité régulière de la bibliothèque sous forme d'articles ». C'est la gestion de contenu automatique qui a séduit les bibliothécaires de l'IUT de Dijon, conjuguée à la possibilité d'interaction qu'offre l'outil. Une initiative qui semble avoir plu au public de la bibliothèque, l'auteur précisant que depuis Janvier 2005 plus de 2000 visiteurs sont déjà venus découvrir le blog. Une démarche saluée, aussi, par la profession, *Figoblog* relatant l'ouverture de ce blog, avec un enthousiaste non dissimulé, l'auteur le présentant comme le premier « blog officiel » de bibliothèque universitaire français¹⁴⁴ ».

Autre blog de ce type, celui créé par la Bibliothèque Inter Universitaire de Pharmacie (BIUP) qui propose un espace d'actualité autour de la vie de la structure mais aussi autour de tous les événements (congrès, publications, conférences) susceptibles d'intéresser les lecteurs (étudiants, chercheurs et enseignants). Non seulement, le blog annonce les événements, mais, il diffuse en ligne les bulletins d'inscription¹⁴⁵. Le blog propose, aussi, aux lecteurs la possibilité de s'inscrire à une newsletter.

Enfin, quelques centres de documentation ont également choisi l'outil blog afin de proposer un nouvel espace de communication et d'information à leurs usagers. Deux expériences de ce genre existent en France. Le centre d'information

¹⁴³ <http://lespacemultimedia.blogspot.com>

¹⁴⁴ <http://www.figoblog.org/document546.php>, février 2005.

¹⁴⁵ Voir par exemple <http://biup.over-blog.com/article-563618.html> (bulletin d'inscription en ligne)

et de documentation du journal *01 Informatique*, tout d'abord, a ouvert son blog au printemps 2005. *01 Informatique, le blog*¹⁴⁶, se présente comme « un service aux lecteurs de *01 Informatique*, fourni par le service Documentation du journal, ouvert à tout internaute ». Il permet, alors, aux utilisateurs de faire des recherches supplémentaires sur des sujets traités par le journal, de poser des questions à la rédaction et au service documentation et d'être informés en temps réel sur les contenus et l'actualité du service documentation. Le blog offre aussi la possibilité à tous les lecteurs de déposer leur commentaire directement sur celui-ci, favorisant ainsi une grande liberté d'échange entre les usagers et le service documentaire.

Autre blog géré par un service de documentation, celui du CRIJ Poitou-Charentes¹⁴⁷. Le centre régional d'information jeunesse a, en effet, ouvert récemment un espace essentiellement consacré à la vie de la structure. Le service, en difficulté actuellement, utilise, alors, ce lieu de publication pour expliquer régulièrement aux usagers ce qu'il en est de sa situation. Une autre façon de concevoir la relation usager.

De telles initiatives restent encore isolées en France, tandis que celles-ci explosent dans les pays anglo-saxons, les professionnels de l'ID américains ou anglais ayant très vite perçu les intérêts de telles démarches. En effet, tous les blogs précités ont un objectif commun : essayer d'améliorer la relation usager, proposant à ces derniers un espace d'échange avec le personnel de la structure, tout en les tenant informés de la vie de celle-ci. Plus souple et plus interactif que le site web, le blog permet, aussi, de sensibiliser l'utilisateur au travail des professionnels, tout en conférant une visibilité nouvelle à la structure documentaire. Théoriquement, le blog peut apporter beaucoup aux usagers d'une structure documentaire, mais qu'en est-il vraiment dans la pratique ? D'après les exemples précédemment cités, tentons, à présent, de voir quels sont véritablement les apports de telles démarches.

¹⁴⁶ <http://01informatique.blog.01net.com/>

2. ENTRE ESPACE DE COMMUNICATION ET OUTIL DE « MARKETING »

Informé sur la vie de la structure, telle est la première vocation des blogs mis en place par les bibliothèques ou les centres de documentation. « Il s'agit de pouvoir rendre compte de la vie et de l'activité régulière de la bibliothèque sous forme d'articles d'actualité » confirme le responsable du blog de l'IUT de Dijon. Une préoccupation présente dans l'ensemble des blogs cités. Souvent complémentaires de sites web préexistants, les blogs permettent au personnel de structures documentaires d'informer plus régulièrement leurs usagers. Ainsi, pour certains bibliothécaires, le blog pourrait permettre, à long terme, de diffuser des informations fraîches sur les animations culturelles, les nouveautés du catalogue et les produits documentaires disponibles. « Il reprendrait en ligne la formule *des coups de cœur des lecteurs* (déjà consignés dans un mini-journal disponible dans les salles de lecture de certaines bibliothèques) » s'enflâme, déjà, une bibliothécaire, tout en précisant qu'il pourrait servir d'outil aux bibliothécaires « qui rendraient compte, par ce biais, de leur politique d'acquisition ». En effet, associer les usagers à la politique d'acquisition, semble, aussi, un objectif pour certains documentalistes qui voient, alors, le recours au blog comme un moyen efficace de s'adresser à leurs usagers tout en leur donnant la parole.

« A terme, quand le blog sera bien *installé* et que les lecteurs auront pris l'habitude de s'y promener, je souhaiterais qu'ils laissent leurs commentaires, notamment sur les livres présentés, et des suggestions d'acquisitions. Donc, faire du blog un outil de communication entre les lecteurs et le service bibliothèque autre que l'oral et le papier, un outil complémentaire de ce qu'on a déjà » confie la bibliothécaire de la bibliothèque municipale de St Julien de Maurienne à propos de ces attentes autour de ce blog. Derrière la création de tels blogs, on retrouve, indéniablement, une volonté de communiquer avec les usagers. Ces blogs se présentent, alors, comme un relais entre le personnel de la structure et les usagers, permettant de faire remonter les remarques positives et négatives des usagers. Il peut, ainsi, faciliter la définition des besoins de ces derniers, offrant aux professionnels de l'ID un moyen d'être plus proche de leur client. Cependant,

pour faire du blog un véritable espace d'échange au service de la relation usager, la participation des lecteurs est indispensable. Une condition nécessaire, encore difficile à faire admettre aux usagers. « Nous savons que nous sommes régulièrement visités et que les informations sont lues. Nous avons de nombreux retours de la part de nos usagers lors de leur passage à la médiathèque. Malheureusement ceux-ci s'expriment peu sur le blog » avoue le responsable du blog *Esp@ce Multimédi@*. Des efforts sont encore à fournir de ce côté-là. Cela pourrait, alors, passer par une sensibilisation auprès des usagers, ayant pour objectif d'expliquer l'intérêt d'un tel outil, ce que l'on attend d'eux et surtout comment ça fonctionne. De plus, la mise en place d'un tel outil peut nécessiter la présence d'un modérateur car la liberté d'expression des lecteurs ne doit pas nuire à la réputation d'un lieu.

Ainsi, qu'il soit complémentaire d'un site web ou unique espace virtuel, le blog d'une structure documentaire se conçoit, souvent, comme un lieu d'animation, s'attachant à entretenir un courant de sympathie autour de la bibliothèque ainsi qu'une image d'implication dans les questions qui concernent la profession documentaire.

Toujours dans le domaine de la relation usager, l'expérience du blog du CRIJ Poitou-Charente est très intéressante, cette structure ayant choisi, en pleine période de crise, de proposer un espace de réflexions autour des problèmes rencontrés. Dans ce cas, il ne s'agit plus d'utiliser le blog comme un espace relais des activités du centre, mais plutôt de l'utiliser afin de sensibiliser les usagers à l'importance de ces activités et des dangers qui pèsent sur elles. A travers ce blog, la structure tente, alors, de mobiliser ses usagers en les informant régulièrement de l'évolution de la situation, des opinions du personnel et des perspectives envisagées.

Au-delà de la relation usager, la création et l'animation d'un blog peut aussi favoriser la mise en valeur d'un service documentaire. Darlène Fitcher, spécialiste de l'information, propose plusieurs études à ce sujet dont l'article *Why and How to Use Blogs to Promote Your Library's Services* ¹⁴⁸ A travers cette

¹⁴⁸FITCHER, Darlène. Op. Cit. p. 15, note 14

étude, Darlène Fitcher démontre, entre autre, la manière dont le blog peut favoriser la promotion d'un service documentaire. Selon elle, un blog peut, tout d'abord, être créé dans le but de promouvoir des produits et des services documentaires. Grâce aux fils RSS, notamment, l'utilisateur pourra être informé de toutes les nouveautés mises en ligne. Ainsi, la parution de nouveaux produits ne passerait plus inaperçue, l'utilisateur étant alerté systématiquement de leur existence. Une telle démarche permettrait de mettre en valeur les travaux des documentalistes, ceux-ci connus des usagers pouvant, alors, être plus fréquemment consultés. Plus facile à mettre en place qu'une newsletter, le blog permet, donc, de signaler les nouveaux produits et services et par là même de les promouvoir.

Darlène Fitcher propose aussi d'utiliser le blog afin de promouvoir la structure même et d'atteindre un plus large public. En effet, la plupart des auteurs de blogs de structures documentaires s'accordent à dire que ce nouvel espace web leur confère une plus grande visibilité sur le Réseau. Ainsi, selon le personnel de la bibliothèque de l'IUT de Dijon, le blog représente « un moyen supplémentaire de faire connaître la bibliothèque d'autant plus que les articles sont indexés dans les principaux moteurs de recherche. Par exemple, sur le thème des concours en bibliothèque notre blog est référencé en 1ère page sur Google ».

Pour Darlène Fitcher, les possibilités du blog, en terme d'outil « marketing » sont grandes. Elle propose, notamment, d'en faire en langues étrangères afin de renforcer la visibilité de la structure et pourquoi pas l'orientée vers un public plus large.

Cependant, une telle utilisation du blog en France, ne semble pas totalement entrée dans les mœurs des professionnels de l'ID. Parmi les structures ayant adopté le blog comme moyen d'échange avec les usagers, seulement une (la médiathèque Monnaie) affirme clairement que cela lui a permis de promouvoir son service multimédia ; les autres structures refusant de parler de « promotion » ou de « marketing », des termes trop forts selon eux. Contrairement, aux professionnels de l'ID anglo-saxons, les documentalistes ou bibliothécaires français restent discrets sur leurs méthodes de marketing n'admettant,

généralement pas, que l'on utilise ce terme, associé à une pratique publicitaire lucrative déplaisante. Ainsi, la plupart admettent que le blog permet d'attirer l'attention des internautes sur le service, mais s'empressent de préciser que ce n'est pas le but de l'outil, comme si cette notion de « promotion » pouvait nuire à la qualité éditoriale et informationnelle du blog.

Mais au-delà de la réticence à utiliser le blog dans un but « marketing », c'est le recours tout simple à l'outil blog qui n'est pas encore entré dans les pratiques des professionnels. En effet, si d'après l'enquête menée, 61% des professionnels interrogés pensent qu'un blog peut être un outil intéressant pour une structure documentaire, notamment dans le domaine de la relation usager, seulement 12% seraient prêts à en créer un prochainement, soit huit professionnels sur soixante cinq. Pour la majorité des professionnels interrogés, le site web reste, encore, le meilleur outil pour une structure documentaire, ceux-ci estimant que l'utilisateur n'est pas encore prêt à s'investir dans ce type de blogs. En effet, pour être efficace ce type de blog nécessite un investissement important de la part des usagers et du personnel de la structure, ces derniers devant prendre le temps de l'alimenter régulièrement tout en traitant l'information transmise par les usagers.

Selon Darlène Fitcher, utiliser le blog comme outil de communication et de promotion dans le cadre d'un service de documentation nécessite « trois ingrédients » : l'inspiration, la motivation et la dévotion. Garder un blog à jour demande beaucoup d'efforts, et ces efforts doivent servir à quelque chose, sinon ce n'est que du temps de perdu. Pour la plupart des professionnels de l'information envisageant d'en créer un, un tel blog doit avant tout être dynamique, interactif et complémentaire des autres ressources (sites, bulletins d'information...). C'est pourquoi, le blog doit être conçu comme un produit documentaire à part entière, à l'image des sites web. Sa mise en place au sein d'une structure documentaire doit donner lieu à un vrai travail de réflexion autour de ces objectifs et de la manière dont cet outil sera intégré dans les pratiques de travail.

3. UN NOUVEAU PRODUIT DOCUMENTAIRE

Créer un blog peut permettre à une structure documentaire de diffuser ses produits et de valoriser son fonds documentaire en proposant par exemple des sélections de ressources autour de thématiques. Le public semble répondre présent aux quelques expériences menées en France, même si il reste dans la position de lecteur. Essentiellement utilisé comme support de diffusion, le blog peut, pourtant, être considéré comme un produit à part entière. Mais, pour être véritablement « productif » un blog doit se plier à une certaine rigueur de mise en place et de fonctionnement.

Darlène Fitcher propose, alors, une méthodologie propre à la mise en place d'un blog dans une structure documentaire. Elle définit cinq étapes primordiales : tout d'abord prospecter sur le Web pour voir ce qui existe déjà. Le professionnel doit s'imprégner de ce qui se fait, afin d'en retirer les meilleurs pratiques et écarter celles qui ne lui correspondent pas. Puis, il doit clairement définir les raisons qui le poussent à bloguer, afin de mieux déterminer le type de contenu, le public visé, les thématiques traitées ; cette étape facilitant la prochaine qui consiste à poser les objectifs du blogs (espace de communication, promotion des produits, services en ligne...). Puis, vient la phase de sélection de l'outil de blogging (logiciel ou plate forme, gratuit ou payant...). Enfin, le professionnel peut commencer à envisager les fonctionnalités, le design et les évolutions éventuelles de son blog.

La mise en place d'un blog ne se fait donc pas à la légère. Créer un blog nécessite d'avoir une idée précise de ce que l'on veut en faire. Toute comme le documentaliste webmaster, le documentaliste weblogueur doit se soumettre à une rigueur de conception qui lui permettra, par la suite, de mieux gérer et exploiter son blog. Le blog peut, certes, être créé en cinq minutes, mais il nécessite, cependant, toute une préparation « intellectuelle ».

Cependant, la phase de création n'est pas la plus difficile, une fois toutes ces étapes validées, le professionnel dispose d'une interface n'attendant qu'à être alimentée et visitée. C'est à ce stade que le savoir faire et la motivation de l'auteur jouent un rôle essentiel.

Pour certains spécialistes, la réussite d'un blog réside, aussi, dans sa qualité éditoriale. En effet, beaucoup de professionnels de l'ID dénoncent le « relâchement » rédactionnel de certain blog. Un blog de structure documentaire se doit donc d'offrir une qualité d'écriture satisfaisante. Mais en plus de cela, Darlène Fitcher insiste sur le fait que l'auteur de ce type de blog doit savoir capter l'utilisateur, lui donner envie de lire et de réagir. Le blog a, donc, besoin d'un « talented writer ¹⁴⁹ ». Contrairement à un site traditionnel plutôt statique, le blog doit tirer parti de son aspect dynamique et interactif. Pour fidéliser les lecteurs et favoriser l'essor d'une petite communauté dynamique autour du service documentaire, l'auteur doit défendre une certaine « vitalité » sur son blog. Mises à jour régulières et fréquentes, style léger mais professionnel, interface agréable, et richesse du contenu, tels doivent être les principaux acquis de ce genre de blog. Pour attirer les utilisateurs, les sujets abordés doivent également être proches de leurs préoccupations. En effet, comme pour tout produit documentaire, la mise en place d'un blog en structure documentaire repose sur l'analyse, en amont, de la ressource et de son adaptation aux besoins d'un public.

Enfin, pour lancer un nouveau produit documentaire, le documentaliste doit être convaincu de son utilité pour l'utilisateur, afin de la défendre auprès des plus réticents. Il en va de même pour le blog, les professionnels de l'ID ne doivent pas hésiter à communiquer autour de leur blog, à le promouvoir, pour donner aux usagers l'envie d'y aller. Bien sûr, il faut, aussi, prendre le temps d'expliquer à ces derniers l'intérêt et les objectifs de cet espace, afin de lui donner l'envie de s'y intéresser.

A voir l'évolution des blogs et de leurs usages, les professionnels de la documentation seront, sans doute, un jour amenés à former les utilisateurs à ce nouvel outil, ne serait ce que pour rechercher de l'information dans ces nouvelles ressources. Pourquoi ne pas commencer, dès aujourd'hui, à former ses lecteurs en utilisant le blog de la structure (pour celles qui en ont mis un en place) ? Ainsi, la bibliothèque municipale de Lyon propose déjà une formation à l'outil blog, au cours de laquelle est, notamment, évoquée la syndication de contenu ¹⁵⁰. Utilisé le blog de la structure comme outil pédagogique permettrait, donc, de promouvoir

¹⁴⁹ FITCHER, Darlène. Op. Cit. p. 15, note 14

¹⁵⁰ *Utilisation des fils RSS en bibliothèque*. Op. Cit. p. 72, note 13

l'espace virtuel tout en proposant aux usagers un très bon exemple de ce qui peut se faire en matière de blog.

Conjugués aux savoir faire des professionnels de l'ID, les blogs pourraient avoir un bel avenir devant eux dans les structures documentaires. Valorisant le travail des documentalistes, par le simple fait de le rendre plus visible et, donc, plus aisément exploitable, le blog permet, aussi, aux professionnels de l'ID de se rapprocher de leurs usagers.

Les initiatives restent encore peu nombreuses, et les usagers demeurent très attachés aux systèmes de communication unilatérale proposée dans les sites web ou les bulletins d'information. Cependant, certains sont friands de ce type de démarche et espèrent même voire les structures documentaire aller plus loin dans l'exploitation de l'outil, comme le rapporte la bibliothécaire de la bibliothèque de St Julien de Maurienne : « j'ai déjà eu quelques retours de lecteurs adhérents qui m'ont dit que c'était une initiative intéressante, d'autres regrettent déjà qu'on ne trouve pas le catalogue entier de la bibliothèque sur le blog ». Il faudra du temps pour voir les blogs s'implanter dans les structures documentaires, et les utilisateurs devront apprendre à y contribuer davantage. Mais, les initiatives étudiées démontrent l'intérêt de telles pratiques, notamment pour des petites structures manquant de moyens.

La mise en place de tous ces blogs (blogs collectifs, individuels, d'associations, et de structures documentaires) reflète, indéniablement, une volonté d'ouverture du monde de la documentation. Les professionnels apprécient, de plus en plus, de pouvoir mettre en valeur leurs compétences et leurs travaux en dehors de leur lieu de travail. Il est probable que ces pratiques accompagnent un certain besoin de reconnaissance, les blogs permettant aux spécialistes de l'ID de défendre plus ouvertement l'importance de leur métier dans notre société. Cependant, cet aspect n'est pas clairement énoncé par les professionnels, ceux-ci se contentant surtout, à l'heure actuelle de privilégier les échanges et les apports mutuels nés de ces nouveaux espaces de communication.

CONCLUSION

« Il ne suffit pas d'en percevoir les applications positives, encore faut-il se battre pour qu'elles soient utilisées en ce sens [...]. Le champ des possibilités offertes par les technologies de l'information et de la communication est ouvert, mais l'usage que nous en ferons dépend beaucoup des facteurs humains et sociaux¹⁵¹ » expliquait Pierre Lévy, en 1996. Quelques années après, cette remarque est toujours aussi pertinente, notamment avec l'émergence des blogs. Les professionnels de la documentation ne peuvent rester insensibles à l'explosion, et surtout à la professionnalisation, de cette pratique. Conjugués aux savoirs faire de ces professionnels, les blogs pourraient apporter beaucoup aux métiers de l'ID. Knowledge managers, veilleurs, documentalistes, consultants en TIC ou bibliothécaires ; tous sont concernés par le phénomène et seront un jour, peut être, appelés à l'exploiter.

En effet, avec l'explosion des blogs, nos sociétés sont confrontées aux mêmes espérances et aux mêmes craintes que celles apparues lors de la naissance du World Wide Web. Entre démocratisation du savoir et surinformation, liberté d'expression et désinformation, les blogs tout comme les sites web et les pages personnelles, soulèvent de nombreux débats. Cependant, en s'appropriant ces outils les professionnels de la documentation peuvent, une fois de plus, démontrer leur capacité d'adaptation et l'importance de leur compétence. En effet, comme le souligne Dominique Wolton, « si l'on veut sauver la liberté d'information, il faut, au plus vite, admettre qu'elle doit, dans un univers saturé d'information, être protégée, filtrée, par des intermédiaires compétents qui garantissent cet idéal ». Les blogs permettent cette liberté d'information, offrant à un plus grand nombre la possibilité d'être tantôt consommateur d'une information parfois inédite et riche, tantôt producteur de contenu. Cependant, une telle liberté de production nécessite tout un travail de sélection, de hiérarchisation et de validation, nécessaire à l'exploitation de toute cette nouvelle masse informationnelle. Les professionnels de la documentation peuvent, donc, se présenter comme ces « intermédiaires compétents » dont parle l'auteur de *Internet et après*. Les blogs, n'ont, en fait, rien de révolutionnaires, leur existence s'inscrivant dans la continuité de la recherche d'un Web plus maniable et plus ouvert. Ils ne révolutionnent, donc, pas les

¹⁵¹ LECOMTE, Jacques. Vers L'Intelligence collective : entretien avec Pierre Lévy. *Sciences Humaines*. n°59, 1996.

pratiques des professionnels de l'information, en terme de validation des sources, ceux-ci étant déjà amenés à le faire dans le cadre des sites web.

Cependant, la révolution pourrait se trouver à un autre niveau ; celui de l'appropriation de l'outil par les professionnels de l'information dans le but de créer un espace virtuel ouvert sur leurs métiers, leurs préoccupations, proposant à l'utilisateur et aux autres professionnels un outil d'échange plus dynamique et spontané.

Entre nouvelle ressource documentaire, et produit documentaire à part entière, le blog semble adapter aux besoins de l'information - documentation. Cependant reste à convaincre de ses apports dans le milieu professionnel. Une minorité de professionnels français commencent à prendre conscience des possibilités de l'outil, mais beaucoup les considèrent encore comme un phénomène de mode. Il semblerait, en effet, que le blog souffre de son succès. Encore attachés aux outils traditionnels de gestion de contenu et de communication, certains professionnels de la documentation, voit le blog comme un outil bien trop simple et bien trop banalisé pour être efficace professionnellement. Dans ce domaine, aussi, le temps fera sans doute son œuvre.

Ce travail n'est, alors, qu'une tentative supplémentaire, afin de présenter les applications possibles du blog dans le milieu de la documentation, illustrée de quelques expériences menées en France et de certaines pratiques des professionnels anglo-saxons, plus en avance dans ce domaine. Limitée à la documentation française, cette analyse pourrait tout à fait être complétée par une étude plus approfondie de ce qui se fait dans d'autres pays tels que les Etats-Unis, où l'outil est plus pleinement exploité par les documentalistes. De même, l'utilisation du blog en entreprise pourrait largement, encore, être commentée et analysée. Ce mémoire se présente, alors, comme un ensemble de pistes de réflexions, visant à faire connaître le blog et à mettre en valeur ses potentialités d'usages en documentation. Convaincue que ces outils ont un réel avenir, il me paraissait important de commencer à étudier leurs usages (éventuels ou déjà bien réels) dans le domaine de l'information documentation.

Pour certains, en effet, les blogs vont disparaître parce qu'ils vont se banaliser, se généraliser voire se fondre avec les outils que nous utilisons, les usages qui en émergent, pour jouer un rôle majeur au cœur de notre utilisation d'Internet. « Finalement, l'action de bloguer n'aura assurément plus le même sens qu'à l'origine et, probablement plus de sens du tout. Bloguer sera devenu banal et usuel, voire permanent. Et l'expression deviendra, tout à la fois, synonyme d'informer, de s'informer, de mémoriser, de communiquer, et de participer¹⁵² ». Les TIC se succèdent, donc, mais ne se remplacent pas, offrant un panel d'outils, aux professionnels de l'ID, toujours plus important. Tout comme les sites web n'ont pas remplacé l'édition papier, et la messagerie électronique le téléphone, les blogs n'anéantiront sûrement pas la suprématie des listes de diffusions et des sites web, se présentant comme un outil supplémentaire de recherche et de capitalisation des connaissances humaines.

« La technique ne suffit pas à changer la communication dans la société, souligne Dominique Wolton, et c'est pourquoi de nombreuses révolutions des techniques de communication n'ont pas eu l'impacte attendu ; tout simplement parce qu'elles n'étaient pas en phase avec un mouvement plus général concernant l'évolution du modèle culturel de communication ». Il semblerait, au contraire, que les blogs soient apparus à un moment où le besoin d'échanger était le plus important dans nos société. Parce qu'il coïncide avec le besoin des internautes de s'approprier le Web plus aisément, le blog a réussi son entrée dans le monde des nouvelles technologies de l'information et de la communication ; reste alors à savoir qu'elle sera vraiment son évolution, dans quelques années et, l'importance qu'il aura pris dans les pratiques informationnelles, notamment des professionnels de l'information. Laissons, alors, aux blogs le temps d'arriver à maturité afin de voir si les possibilités exposées tout au long de ce travail ont pu ou non être exploitées.

¹⁵² *Blog story*. Op. Cit. p. 11, note 6

BIBLIOGRAPHIE

Les documents sont classés sous cinq grands thèmes : les ressources théoriques concernant l'information - communication et les technologies de l'information dont Internet ; les ressources traitant du phénomène des blogs ; les documents abordant les thèmes du groupware et du Knowledge Management ; ceux traitant de l'apport des blogs et du RSS en veille et, enfin, les ressources étudiant les applications possibles du blog en structure documentaire.

La bibliographie regroupe trois types de ressources :

- Les ouvrages [imprimés]
- © Les articles de presse imprimée ou électronique
- @ Les ressources en ligne (Pdf et site web).

Toutes ces ressources sont référencées selon la norme AFNOR **Z 44-073**.

THEORIE DE L'INFORMATION COMMUNICATION ET TIC

BRETON, Philippe. *Le culte d'Internet : une menace pour le lien social ?* [imprimé]. Paris : La Découverte, 2000. 119 p. ISBN 2-7071-3302-7

@ KLEIN, Arnaud. SynthèseBlogIC. *FING.ORG : Fondation Internet Nouvelle Génération* [en ligne]. Décembre 2004. [Consulté le 30 Mai 2005]. Disponible en ligne : < <http://www.fing.org/wikini/wakka.php?wiki=SyntheseBlogIC> >

© LECOMTE, Jacques. Vers l'Intelligence collective : entretien avec Pierre Lévy. *Sciences Humaines*. 1996, n°59, p.29-31. ISSN 0996-6994

LEVY, Pierre. *Cyberdémocratie : essai de philosophie politique* [imprimé]. Paris : Odile Jacob, 2002. 283p. ISBN 2-7381-1053-5

LEVY, Pierre. *Intelligence collective : pour une anthropologie du cyberspace* [imprimé]. Paris : La Découverte, 1997. 245 p. ISBN 2-7071-2693

@ MENARD, Louise. Découverte et développement de l'intelligence collective dans une communauté d'apprentissage. *Protic3: une classe communauté d'apprentissage* [en ligne]. Avril 2001. [Consulté le 20 Mars 2005]. Disponible en ligne : < http://www.protic.net/profs/menardl/3reflexions/intelligence_collective.htm >

© MIEGE, Bernard. Nouvelles technologies : nouveaux usages ? *Sciences humaines*. 2001, Hors série n°32. ISSN 1252 3429

© WEISBERG, Jean-Louis. Croyance, expérimentation, fiction : la crise de croyance dans les médias de masse. *Sociologie et Sociétés*. Presse de l'Université de Montréal, 2000. ISSN 1248-7456

GARREAU, Angéline. *Les blogs entre outil de publication et espace de communication : un nouvel outil pour les professionnels de la documentation*. Septembre 2005

WOLTON, Dominique. *Internet et après ?* [imprimé]. Paris : Flammarion, 1999. 193p. ISBN 2-08-211807-X

© ZARA, Olivier. Pour le management de l'intelligence collective. *Le Journal du Management* [en ligne]. Novembre 2004. [Consulté le 30 Mai 2005]. Disponible en ligne : < <http://management.journaldunet.com/0411/041158zara.shtml> >

LE PHENOMENE BLOG

DESAVOYE, Benoît ; DUCAMP, Christophe ; MAZENAD, Xavier, de ; MOISANT, Xavier. *Les blogs : nouveau média pour tous* [imprimé]. Paris : M2 Editions, 2005. 213p. ISBN 2-95205-14-3-7.

@ FIEVET, Cyril ; PEYER, Marc-Olivier. L'abc du blog. *pointblog.com* [en ligne]. [Mis à jour le 12 septembre 2003]. [Consulté le 15 Juin]. Disponible en ligne : < <http://www.pointblog.com/abc> >

FIEVET, Cyril ; TURRETTINI, Emily. *Blog story* [imprimé]. Paris : Eyrolles, 2004. VIII-306 p. ISBN 2-7081-3158-3

@ INIST DIFFUSION. Blogs : les éphémères du Web. *Captain doc : le guide de la documentation électronique* [en ligne]. Juin 2002 [consulté le 12 Juillet 2005]. Disponible en ligne < <http://www.captaindoc.com/breves/breves07.html> >

© PISANI, Francis. Internet saisi par la folie des « weblogs ». *Le monde diplomatique*. Août 2003, p.1

@ RAINIE, Lee. The state of blogging [Pdf]. Janvier 2005. [Consulté le 12 Juin 2005] Disponible en ligne : < http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_blogging_data.pdf >

@ RAYMOND, Jean-Luc. Atelier "Blogs" : Ecrit public et Co-production de contenu - Journée Cybercentres Nord-Pas-de-Calais a Wallers (26 octobre 2004). *Klogfr* [en ligne]. Octobre 2004. [Consulté le 21 Mars 2005]. Disponible en ligne : < <http://klogfr.blogspot.com/2004/10/atelier-blogs-ecrit-public-et-co.html> >

@ SERRES, Alexandre. Les nouveaux outils d'expression, de partage et de diffusion de l'information : weblogs et RSS. *URFIST Bretagne - Pays de la Loire* [en ligne]. 2002. [Mis à jour le 19 Novembre 2004]. [Consulté le 21 Mars 2005]. Disponible en ligne : <http://www.uhb.fr/urfist/Supports/EvolRechinfo/RechInfo2_blogs.htm>

TRAVAIL COLLABORATIF ET KNOWLEDGE MANAGEMENT

Ouvrages généraux

© BALMISSE, Gilles. Les outils de travail collaboratif. *Archimag*. Juin 2004, n°175. p.43 - 48. ISSN 0769 0975

BOUGHZALA, Imed ; ERMINE, Jean-Louis. *Management des connaissances en entreprise* [imprimé]. Paris : GET et Lavoisier ; Hermès sciences 2004. 299p. (Collection Technique et scientifique des télécommunications). ISBN 2 7462 0849 0

CHAMPEAUX, Jacques ; BRET, Christian. *La Cyber entreprise : dix clés pour une approche intégrale des Nouvelles Technologies de l'information et de la Communication dans l'entreprise* [imprimé]. Paris : Dunod, 2000. 269p. (Stratégies et management). ISBN 2-10-004813-9

LEVAN K, Serge ; LIEBMAN, Anne. *Le groupware : informatique management et organisation* [imprimé]. Paris : Hermès, 1994. X-146 p. ISBN 2-86601-418-9

MAGNIN, Morgan ; PASTEUR, Christina. *Etude du concept de « weblog »* [imprimé]. 68p. Rapport du projet de début d'année, Informatique, Ecole Centrale de Nantes, Décembre 2003.

Utilisation du blog en entreprise

@ COHEN, Murielle. Salariés et blog. *Avocat Online* [en ligne]. 2005. [Consulté le 15 Avril 2005]. Disponible en ligne : < http://www.muriellecahen.com/p_blog2.asp >

© FOREMSKI, Tom. Blogging technology opens doors for enterprises. *Financial Times*. Février 2005, p. 5.

@ GONAY, Hervé. Les Blogs et la gestion de projet. *Portail d'entreprise* [en ligne]. Novembre 2004. [Consulté le 18 Mars 2005]. Disponible en ligne : <http://www.smartlinesystems.com/eportal/index.php?Les_Blogs_et_la_gestion_de_projet.html&i_d_article=1764>

@ LEMENEUR, Loïc. *Les blogs et leur utilisation en interne pour les entreprises* [Pdf]. 2004, 7 p. Disponible en ligne : < http://www.loiclemeur.com/france/2004/10/les_weblogs_en_.html#more >

© L'HERMINIER, Sandrine. Les sites web personnels commencent à gagner l'univers de l'entreprise. *La Tribune*. Septembre 2004, p. 30.

@ LOMBARD, Pierre. Blogs : une nouvelle mémoire d'entreprise ? *Journal du Net* [en ligne]. Février 2004. [Consulté le 15 Mars 2005]. Disponible en ligne : < http://solutions.journaldunet.com/0402/040203_chro_lombard.shtml >

@ MANAT, Jean-Michel. Weblogs : Eurest déploie sa solution à grande échelle. *Vninet.fr : Le site de référence des nouvelles technologies* [en ligne]. Janvier 2001. [Consulté le 24 Avril 2005]. Disponible en ligne : < <http://www.vninet.fr/actualite/communication/communaute/20050121004> >

© MESTRE DE LAROQUE, Amaury. La relation client en temps réel. *L'Entreprise*. Février 2005, n°0231, p. 66.

© MITCHELL, Rob. Technology. *Financial Times*, Décembre 2004, p. 11.

© MONTAIGNE, Caroline. Les blogs, un outil interactif encore méconnu des DRH. *Les Echos*. Octobre 2004, n° 19268, p. 11.

© REYNAUD, Nicolas. J'ai attrapé le virus du blog. *L'Expansion*. Novembre 2004, n°0691, p. 176.

© ROBERT, Virginie. L'entreprise face à l'arrivée des blogs. *Les Echos*. Décembre 2004, n°19302, p. 33.

© [S.N]. Les entreprises découvrent les vertus du blog. *Le Soir*. janvier 2005.

© [S.N]. Blogs for business ? Strip away the hype, and find a newly useful tool for communication. *Electronic Business*. Janvier 2005, Vol. 31, n°1, p. 16.

BLOG, RSS ET VEILLE

Le format RSS

@ FINGER, Jean-Paul. RSS, Weblogs et blogs. *Finger.com* [en ligne]. 2005. [Consulté le 23 Février 2005]. Disponible en ligne : < http://www.figer.com/Publications/rss.htm#RSSJean-Paul_Figer >

@ GLANCE, N ; HURST, M. ; [et al.]. *Blopulse : Automated Trend Discovery for Weblogs* [Pdf]. 2004. [Consulté 12 Juin 2005]. Disponible en ligne : < <http://www.blogpulse.com/papers/www2004glance.pdf> >

@ THOMAS, Armelle. Les principaux outils de recherche blogs et fils RSS. *Outil de Veille* [en ligne]. Février 2005. [Consulté le 23 Juin 2005]. Disponible en ligne : < http://inforizon.blogs.com/veille/outils_blogs_et_fils_rss/index.html >

GARREAU, Angéline. *Les blogs entre outil de publication et espace de communication : un nouvel outil pour les professionnels de la documentation*. Septembre 2005

@ STERVINO, Jean-Yves. RSS 2.0. *Stervinou Com* [en ligne]. [Mis à jour le 16 Juin 2004]. [Consulté le 25 Février 2005]. Disponible en ligne : < <http://www.stervinou.com/projets/rss/> >

Blog, RSS et recherche documentaire

@ AURIGANCE. *Activeille*. 2001. [Consulté le 20 Juin 2005]. Disponible en ligne : < <http://www.activeille.net/index.php> >

@ BARTHE, Emmanuel. RSS ou Le futur de la veille. *Precisement.org* [en ligne]. février 2005. [Consulté le 15 Mai 2005]. Disponible en ligne : < http://www.precisement.org/blog/article.php?id_article=92 >

ERTZSCHEID, Olivier. *Weblogs : un nouveau paradigme pour les systèmes d'information et la diffusion de connaissances ? : Applications et cas d'usage en contexte de veille et d'intelligence économique* [imprimé]. Colloque ISKO France 2005 : 253-267, 27 avril 2005. 12p.

LES APPORTS DU BLOG EN STRUCTURES DOCUMENTAIRES

BROCHARD, Jean-Christophe ; DE DARAN, Henriette ; COUDRIN, Delphine ; HOUPIER, Jean-Charles ; SIMON, Chantal. *Utilisation des fils RSS en bibliothèque* [imprimé]. Mastère professionnel, Lyon, Ecole Nationale Supérieure des Sciences de l'Information et des Bibliothèques, 06 juillet 2005.

© FITCHER, Darlène. Why and How to Use Blogs to Promote Your Library's Services? Marketing library services. *Information Today, Inc* [en ligne]. Vol. 17, n°6, Nov./Déc. 2003. [Consulté le 28 Décembre 2004]. Disponible en ligne : < <http://www.infotoday.com/mls/nov03/fichter.shtml> >. ISSN 08055-8750

@ VOGEL, Teri ; GOANS, Doug. *Delivering the news with blogs : The Georgia State University Library experience* [Pdf]. 2005. [consulté le 17 Mai 2005]. Disponible en ligne : < <http://www.library.gsu.edu/scholarship/articles/vogel-2004-11-IRSQ-blog.pdf> >

INDEX &
GLOSSAIRE

INDEX

Annuaire : p. 62-64

Association professionnelle : p. 100

Blogosphère : p. 22 ; 23 ; 28 ; 60 ; 62 ; 64 ; 65 ; 77 ; 78 ; 81 ; 82 ; 87 ; 97 102

Chercheur : p. 27 ; 29 ; 37-39 ; 46 ; 96 ; 103

Ciblage : p. 61 ; 72 ; 77 ; 78

Communauté de pratique : p. 46 ; 47

Communauté virtuelle : p. 17-19 ; 24

Communication interne : p. 12 ; 32 ; 40 ; 51 ; 52

Culture d'entreprise : p.51

Démocratisation : p. 26 ; 29-31

Désinformation : p. 29 ; 31 ; 66 ; 113

Enseignement supérieur : p. 12 ; 37 ; 38 ; 39 ; 88

Entreprise : p. 5 ; 36 ; 39 ; 40-57 ; 59 ; 78-81 ; 114

Gestion de contenu : p. 10 ; 34 ; 82 ; 83 ; 103 ; 114

Gestion de projet : p.25 ; 32 ; 42 ; 43

Gestion des connaissances : *voir*

Knowledge Mangement

Groupware : p. 6 ; 17 ; 34 ; 32 ; 36 ; 39 ; 41 ; 79 ; 94 ; 96 ; 101

Intelligence collective / IC : p. 24-29

Intelligence économique : p. 65 ; 77 ; 81-85

Internet : p. 4 ; 5 ; 12 ; 13 ; 24 ; 27 ;29-31 ; 51 ; 55 ; 62 ; 65 ; 68 ; 88 ; 95 ; 113 ; 115

Knowledge Management : p. 6 ; 42-45 ; 47 ; 48 ; 50 ; 79 ; 96 ; 113

Marketing : p. 32 ; 57 ; 79 ; 105 ; 107 ; 108

Moblog : p. 12

Moteur de recherche : p. 62 ; 80 ; 89

Partage des connaissances : p. 11 ; 17 ; 26 ; 34 ; 35 ; 37 ; 41 ; 42 ; 45 ; 47 ; 50 ; 55 ; 81-84 ; 87 ; 89 ; 90 ; 95-97 ; 101

Plog : p. 34 ; 49

Podcast : p. 12 ; 13 ; 91

Pundit : p. 78

Push : p. 67 ; 70 ; 72

Recherche documentaire : p. 61 ; 90 ; 91

Relation usager : p. 97 ; 104 ; 106 ; 108

Réseau professionnel : p. 98 ; 100

RSS : p. 13 ; 62 ; 63 ; 67-76 ; 80 ; 90 ; 91 ; 107

Scientifique : p. 4 ; 27 ; 28 ; 74 ; 89

Surinformation : p. 31 ; 113

Syndication de contenu : p. 9 ; 27 ; 67-70 ; 75 ; 76 ; 110

Technologies de l'information et de la communication : p. 25 ; 26 ; 29 ; 34 ; 37 ; 42 ; 43 ; 45 ; 47 ; 51 ; 52 ; 54-56 ; 61 ; 78 ; 81 ; 83 ; 88 ; 90 ; 91 ; 96 ; 113 ; 115

Traque : p. 77

Travail collaboratif : *voir* Groupware

Veille : p. 6 ; 61 ; 67 ; 71 ; 72 ; 76-85 ; 88 ; 90 ; 95 ; 96 ; 98 ; 113

XML : p. 9 ; 68 ; 69 ; 91

ASSOCIATION PROFESSIONNELLE

ADBS : p. 67 ; 98 ; 99

Resodoc : p. 99 ; 100

BIBLIOTHEQUE ET CENTRE DE DOCUMENTATION

Bibliothèque municipale de Saint Julien de Maurienne : p. 102 ; 105 ; 11

Bibliothèque universitaire de l'IUT de Dijon : p. 103 ; 105 ; 107

Bibliothèque municipale de Lyon : p. 110

Centre de documentation de 01 Informatique : p. 104

Centre de ressource information jeunesse (CRIJ) de Poitou-Charentes : p. 104 ; 106

Médiathèque Monnaie : p. 103 ; 106 ; 107

ENSEIGNEMENT SUPERIEUR

Berkeley : p. 38

Cambridge : p. 38

Central Nantes : p. 38

Ecole polytechnique fédérale de Lausanne (EPFL) : p. 37

Institut des sciences et techniques de l'ingénieur (ISTIA) : p. 38 ; 56 ; 67 ; 84

Université d'Angers : p. 12 ; 56

Université de Lille : p. 37

Université de technologies de Troyes (UTT) : p. 37

ENTREPRISE ET SOCIETE

Altics Conseil: p. 56 ; 67

Capgemini : p. 40 ; 51

Compass : p. 52

Disney : p. 40

Eurest : p.51

Ex Libris : p.73

Google : p. 40

Kleinwort Wasserstein : p. 40

Learning organizations : p. 44

Microsoft : p. 40 ; 53

Nike : p. 40

Oracle : p.40

Orga consultant : p. 44

Photoways : p. 79

Schneider Electric : p. 51

Sun Microsystems : p. 40

TNS Secodip : p. 54

ORGANISMES PROFESSIONNELS

ENSSIB : p. 75 ; 97

URFIST : p. 96-99

GLOSSAIRE

Agrégateur : Un agrégateur est un logiciel qui permet de suivre plusieurs fils de syndication (par exemple RSS ou Atom) en même temps. Le suivi du contenu est réalisé en quasi-temps réel. Proche dans son fonctionnement de la messagerie électronique, l'agrégateur est le plus souvent un outil limité à la lecture et à l'archivage par dossiers des messages reçus.

Blog : le blog se présente comme une page web évolutive et non conformiste présentant des informations de toutes sortes, généralement sous forme de courts textes mis à jour régulièrement, et dont le contenu et la forme, très libres, restent à l'entière discrétion des auteurs

[Définition de l'Office québécois de la langue française]

Blogosphère : néologisme qui désigne l'ensemble des blogs présents sur le Web.

Blogroll : le blogroll désigne une liste de liens, présente sur chaque blog, vers d'autres ressources documentaires autour d'une même thématique constituée essentiellement de liens vers d'autres blogs.

CMS : Content Management System : système de gestion de contenu. Il peut permettre à plusieurs individus de travailler sur un même document, fournir une chaîne de publication, séparer les opérations de gestion de la forme et du contenu, permettre de publier, structurer le contenu.

Communauté de pratique : une communauté de pratique est définie formellement comme un regroupement informel d'individu ayant un domaine de spécialisation précis et une passion pour un projet collectif.

[Définition de Wenger]

Communauté virtuelle : les communautés virtuelles se présentent comme un groupe d'utilisateurs qui manient les fora, la messagerie et/ou les outils de groupware pour échanger sur les réseaux.

[Définition de Rheingold]

Groupware : ce terme désigne le travail collaboratif assisté par ordinateur.

Intelligence collective : On appelle intelligence collective la capacité humaine de coopérer sur le plan intellectuel pour créer, innover, inventer.

[Définition de Pierre Lévy]

Knowledge Management : le KM consiste à organiser le repérage, la préservation, la valorisation et la création des connaissances stratégiques pour l'entreprise.

Moblog : les moblogs sont un type de blogs qui peuvent être mis à jour à partir d'un appareil ou d'une connexion sans fil.

Podcasting : on appelle podcasting ou podcast, la pratique qui consiste à mettre en ligne sur son blog des fichiers audio facilement récupérables par les internautes.

Pull : le « pull » signifie que l'utilisateur se rend directement et régulièrement sur Internet pour y trouver des informations.

Pundit : anglicisme désignant des experts auto-proclamés dont les sites bénéficient d'une audience et d'une qualité informationnelle qui tendent à asseoir cette expertise.

Push : on appelle « push » les outils de veille qui apportent à l'utilisateur ou « poussent » vers lui de façon automatisée l'information qu'il a programmée en fonction de critères qu'il a choisis.

RSS : Rich Site Summary, ou Really Simple Syndication, est, en fait, un format de fichier XML très simple qui répertorie les références bibliographiques d'articles publiés sur le Web.

[Définition d'Emmanuel Barthe]

Syndication de contenu : initialement, la syndication consiste à vendre le droit de reproduire un contenu ou de diffuser un programme à plusieurs diffuseurs. Sur le Web, ce terme a pris un autre sens : on parle en général de syndication de contenu pour désigner la possibilité de republier sur un site web du contenu provenant d'un autre site web.

TABLE DES SIGLES

ADBS	Association des Documentalistes et des Bibliothécaires Spécialisés
BIUP	Bibliothèque Inter Universitaire de Pharmacie
CMS	Content Management System
ENSSIB	Ecole Nationale Supérieure des Sciences de l'Information et des Bibliothèques
EPFL	Ecole Polytechnique Fédérale de Lausanne
ISTIA	Institut des Sciences et Techniques de l'Ingénieur d'Angers
NITLE	National Institut for Technology and Liberal Education
ODP	Open Directory Project
RSS	Rich Site Summary, ou Really Simple Syndication
TIC	Technologie de l'Information et de la Communication
URFIST	Unité Régional de Formation à l'Information Scientifique et Technique
UTT	Université de Technologies de Troyes
XML	Extend Market Language

ANNEXES

SOMMAIRE

Annexe I	Enquête « les professionnels de la documentation utilisent-ils les blogs ? »	
	Message diffusé sur <i>Biblio.fr</i> et page d'accueil du questionnaire en ligne	P.130
	Dépouillement de l'enquête	P.131
Annexe II	Caractéristiques d'un blog d'après ROSEN-SHAPIRO, Trévor.	P.137
Annexe III	Entretien avec Nicolas Morin , Conservateur à la bibliothèque universitaire de l'Université d'Angers et co-auteur du blog <i>Biblioacid</i>	P.138
Annexe IV	Quelques outils de blogging	P.142
Annexe V	Enjeux juridiques du blog en entreprise , extrait de : COHEN, Murielle. Salariés et blog. <i>Avocat Online</i> . 2005.	P.144
Annexe VI	Moteur de recherche et annuaires de blogs et de fils RSS , d'après les travaux d'Armelle Thomas.	P.146
Annexe VII	Les blogs « documentaires » en chiffre	P.149
Annexe VIII	Quelques blogs francophones animés par des professionnels de l'information	P.150

Message diffusé sur *Biblio.fr* et page d'accueil du questionnaire en ligne

Bonjour,

Etudiante en maîtrise de documentation à l'Université Catholique de l'Ouest, mon sujet de mémoire a pour problématique "les blogs: quels usages pour les professionnels de l'information ?"

Dans le cadre de ce travail, je mène une enquête auprès des professionnels (documentalistes, veilleurs, bibliothécaires...) qui connaissent les blogs (même un tout petit peu).

Grâce à cette enquête, je cherche à savoir si les blogs sont utilisés ou non par les professionnels de l'information, et comment ils sont utilisés. L'enquête est une étape importante de mon mémoire puisque j'espère m'appuyer sur les résultats de ce questionnaire pour illustrer mon travail.

Afin de ne pas encombrer les boîtes mails de pièces jointes, j'ai choisi de mettre ce questionnaire en ligne à l'adresse suivante:

<http://acidburn.nginc.free.fr/questionnaire/index>

Merci par avance

Bienvenue

Ce questionnaire s'adresse aux professionnels de l'information.

Cet outil me permettra de savoir si **les blogs sont utilisés ou non par les professionnels de l'information, et comment ils sont utilisés**. L'enquête est donc une étape importante de mon mémoire, puisque j'espère m'appuyer sur les résultats de ce questionnaire pour illustrer mon travail.

Pour les réponses à choix multiples, vous pouvez tout à fait sélectionner **plusieurs** réponses. Quant aux questions ouvertes, vous êtes libre de donner ou non des exemples concrets, tels que des noms de blogs.

Pour des raisons techniques les champs du **nom** et de **l'e-mail** sont obligatoires, mais vous êtes libre d'utiliser un pseudonyme si vous souhaitez répondre anonymement

Lors du traitement des questionnaires aucun nom ne sera mentionné.

MERCI DE VOTRE PARTICIPATION

[Répondre au questionnaire](#)

Dépouillement de l'enquête

« Les professionnels de la documentation utilisent ils les blogs ? »

64 répondants

Profession

Bibliothécaire	20	31%
Documentaliste	19	30%
Conservateur en bibliothèque	13	21%
Spécialiste multimédia (bibliothèque)	06	10%
Professeur documentaliste	03	4%
Ingénieur documentaire	03	4%

Domaine

Bibliothèque publique	21	33%
Education nationale – université	20	31%
Collectivité territoriale	06	10%
Recherche	04	6%
Associatif- culturel	04	6%
Administration	03	5%
Autres	05	8%

Age

20-30	31	48%
31-40	18	28%
41-50	07	11%
51-60	05	8%
Sans réponse	03	4%

Question 1 : Connaissez vous les blogs ?

Un peu	22	34%
Assez bien	16	25%
Très bien	15	23%
Très peu	09	14%
Sans réponse	02	3%

Question 2 : Comment les avez-vous découverts ? *Plusieurs réponses possibles*

- 1) Par les média
- 2) En surfant sur le Net
- 3) Par un collègue ou un ami
- 4) Par les listes de diffusion
- 5) Lors d'une recherche sur le sujet
- 6) Lors de journée d'étude ou de formations

Question 3 : Comment repérez vous les blogs intéressants ? *Plusieurs réponses possibles*

- 1) Bouche à oreille
- 2) Par hasard
- 3) Par les moteurs de recherche classiques
- 4) Par les blogolist (ou blogroll)
- 5) Par les listes de diffusion
- 6) Par les moteurs de recherches spécialisés

Question 4 : Les utilisez vous pour rechercher de l'information ?

Parfois	22	34%
Rarement	16	25%
Régulièrement	15	23%
Jamais	11	18%

Question 5 : Si non pourquoi ?

Information sans intérêt
Manque de fiabilité

Question 6 : Si oui quels types de blogs consultez vous ? *Plusieurs réponses possibles*

Blog documentaires	44	69%
Blog perso	30	47%
Blog journalistique	23	36%
Blog politique	09	14%
Photoblog	07	11%
Autres	04	6%
Blog juridique	01	
Blog d'Informatique	03	

Question 7 : Etes vous satisfait de l'information que vous y trouvez ?

Souvent	32	50%
Parfois	21	33%
Rarement	03	4%
Toujours	02	3%
Jamais	01	1%
Sans réponse	05	8%

Question 8 : Si non pourquoi ?

Information sans grand intérêt

Question 9 : Connaissez vous les flux RSS ?

Oui	38	60%
Non	25	39%
Sans réponse	01	1%

Question 10 : Utilisez vous ces flux pour recevoir de l'information fraîche ?

Non	42	66%
Oui	21	33%
Sans réponse	01	1%

Question 11 : Participez vous à certains blogs ?

Non	47	74%
Oui	16	25%
Sans réponse	01	1%

Question 12 : Si oui à quels types de blogs ? Plusieurs réponses possibles

- 1) Blog documentaire
- 2) Blog personnel

Question 13 : Quels sont les sujets que vous y abordez ?

- 1) Les nouvelles technologies
- 2) La profession
- 3) Des sujets personnels
- 4) Des échanges d'expériences

Question 14 : Qu'est ce que les blogs vous apportent professionnellement ?

- 1) De l'information fraîche
- 2) Une veille sur l'évolution de la profession
- 3) De l'échange, interactivité
- 4) Un support pour diffuser de l'information

Question 15 : Dans le cadre de votre travail, consultez vous :

Des listes de diffusion	60	94%
Des pages personnelles	34	53%
Des fora	24	17%
Aucun des trois	03	5%

Question 16 : Votre service dispose t-il :

D'un site web	43	67%
D'une page web	16	25%
D'un blog	09	14%
D'aucun des trois	08	12%
Autres	01	1%
Newsletter	01	

Question 17 : A quoi vous sert-il ?

Informers les usagers et diffuser des produits documentaires	40	62%
Promouvoir le service	08	12%
Communiquer entre professionnels	03	4%
Organiser une veille	02	3%
Communiquer avec l'utilisateur	02	3%
Sans réponse	01	1%

Question 18 : Consultez vous les blogs faits par des professionnelles de l'information - Documentation ?

Parfois	24	37%
Essentiellement	21	33%
Non, mais connais ces blogs	08	12%
Non, car ne connais pas ces blogs	08	12%
Sans réponse	03	4%

Question 19 : Connaissez vous ?

Biblioacid	41	64%
Blog urfist	38	59%
Blog formist	28	44%
Figoblog	21	33%
Outils de veille	15	23%
Blogokat	12	19%
Outils froids	06	10%
Autres	09	14%
	Blog anglophone	06
	Technique du langage	03

Question 20 : Qu'attendez vous de ces blogs ?

Un échange entre professionnels	29	45%
Une information riche et traitée	25	39%
Une information fiable et validée	10	16%
Une liberté d'expression et une prise de position	03	4%
Rien	02	3%
Sans réponse	15	23%

Question 21 : Selon vous un blog peut il être un outils de mise en valeur pour un centre de documentation ou une bibliothèque ?

Oui	39	61%
Ne sais pas	10	16%
Non	09	14%
Sans réponse	06	10%

Parmi ceux qui répondent NON :

- Préférence pour un site web
- Les usagers ne sont pas prêts
- Pas crédible

Parmi ceux qui répondent OUI :

- Nécessite une forte implication, et une remise à jour régulière
- Doit être dynamique et interactif
- Doit se différencier d'un site, mais peut lui être complémentaire

Question 22 : Si votre service ne dispose pas de blog, souhaiteriez vous en créer un ?

Peut être	16	25%
Non	15	23%
Ne sais pas	14	22%
Oui	08	12%
Sans réponse	11	17%

Question 23 : Si oui, qu'en attendriez vous ?

- 1) Des échanges entre professionnels
- 2) Un outil pratique pour l'utilisateur
- 3) Un échange avec les usagers
- 4) De l'information intéressante
- 5) Une plate forme de travail entre collègues
- 6) Un outil de promotion des services et produits

Question 24 : Professionnellement, qu'est ce qui vous attire ou au contraire vous repousse dans les blogs ?

Avantages

- 1) Facilité de création et de gestion
- 2) Interactivité – réactivité
- 3) Fraîcheur de l'information diffusée
- 4) Liberté de ton
- 5) Info synthétisée et concise
- 6) Flux RSS
- 7) Débats, échanges d'opinion

Limites

- 1) Une trop grande masse d'information, problème de filtrage
- 2) Une information qui manque d'intérêt
- 3) Problème de fiabilité des sources
- 4) Manque de rigueur rédactionnelle

Caractéristiques d'un blog

Features of Blogs

The screenshot shows a blog page for 'Scripting News' by Dave Winer. The page features a header with the title and a cactus logo. The main content area displays a list of posts, with the most recent one dated 'Wednesday, September 04, 2002'. The posts are arranged chronologically. On the right side, there is a calendar for 'September 2002' and a section for 'On This Day In' with a 'Radio IDEALAND' logo. Below the main content, there are sections for 'RSS' and 'Comments'. Callout boxes with lines pointing to specific elements identify the following features:

- Recent Posts
- Chronologically Arranged Postings
- Pointer Links
- Archived Postings
- Syndication
- Comments

D'après ROSEN-SHAPIRO, Trevor ; GUINOT, Sher ; HARVEY, Sandler. Morrell - University of Baltimore Law Library.

Entretien avec Nicolas Morin

Conservateur à la bibliothèque universitaire de l'Université d'Angers et
co-auteur de blog *Biblioacid*

[MOI] Comment avez vous découvert les blogs ?

[N.M] Il y'a 3 ans, lors d'une veille sur des sites web personnels de bibliothécaires. J'ai remarqué un changement d'interface vers des interfaces de blog. J'ai fais la même chose, c'est-à-dire transformer mon site en blog pour y mettre des documents de formations ... ou des pense bêtes et ma veille sur la profession.

Certains les ont découverts par le biais d'articles, et vous ?

Moi je suis anglophone et je suis beaucoup ce qui se fait dans la profession des bibliothécaires américains. Aux Etats Unis, il y'a une tradition très forte d'avoir un site professionnel à titre à individuel, ou ils y mettent tout ce qu'ils font dans leurs activités courantes ou des réflexions sur la profession. Mais, ils sont aussi beaucoup plus nombreux que nous.

C'est pourquoi, des sites statiques ont basculé sous des formes nouvelles en utilisant des logiciels de blogs, mais en fait, ils conservent le même fonds.
Le premier que j'ai fait date de juin 2003.

Pourquoi avoir décider de faire un blog ?

C'était très pratique du point de vue de la mise en ligne. En plus, moi j'avais déjà un fonctionnement qui était plus ou moins chronologique. Je mettais au fur et à mesure en vrac, de façon chronologique, les articles que j'étais, les textes de quelques conférences, les choses comme ça, des comptes rendus de lecture ou sur des sujets professionnels. Donc, j'utilisais déjà un truc un peu cumulatif qui jouait juste sur la date mais ce n'était pas très organisé. Or, le blog gère d'abord par la date, ça me convenait bien et puis, l'interface était super pratique pour mettre en ligne. Et puis, en général, je me sers des outils professionnels à titre individuel pour tester pleins de choses qu'on pourrait réutiliser en bibliothèque. En juin 2003, j'ai testé le blog et on a utilisé un logiciel de blogging pour l'intranet de la bibliothèque pour partager avec les collègues. Donc, je me sers de tous ce qui apparaît pour tester ces outils ; il y a 3 mois j'ai essayé les podcast dans le cadre de *Biblioacid* et peut être qu'un jour on réutilisera ça pour la bibliothèque universitaire. Il y'a toujours cette idée de tester dans un cadre à mi chemin professionnel et personnel, professionnel mais individuel. Pour tester l'outil et voir après comment on pourrait l'adapté dans une institution, par exemple le podcast : ici on fait des conférences et des lectures, donc on a des archives sonores diverses que l'on pourrait mettre sous mp3 et diffuser avec fils RSS podcast. Ça peut être intéressant, mais on teste d'abord personnellement et puis on voit comment ça peut s'adapter aux institutions.

Quels sont les apports professionnels que vous retirez de cette pratique ?

C'est un terrain d'expérience et de jeux. De plus, en deux ans, c'est construit autour du blog une petite communauté. C'est devenu un échange, un partage avec un certain nombre de gens qui ont un blog eux même, ou bien se contentent d'en lire et laissent des commentaires et/ou prennent contact ; cela n'existait pas avant. En France, dans la profession de bibliothécaire, on n'a pas une tradition de partage et de mise en commun des expériences. Sans exagérer le phénomène, les blogs ont mis un peu de « liant ». Il y a un certain nombre de collègues d'autres établissements avec qui je communique et je partage des choses professionnellement maintenant et cela c'est forgé à partir de ces outils. Cela n'existait pas avant.

En plus, d'après les statistiques, j'ai vu qu'il y'avait des gens non bibliothécaire, mais qui tournent autour de la documentation ou de l'informatique documentaire, qui lisent le blog. C'est intéressant, ça élargi le cercle et, donc, on a des points de vue et des discussions avec des gens qui ne sont pas du même « moule » que nous. C'est intéressant, on a une ouverture par rapport à la profession.

J'ai remarqué que les blogs animés par des professionnels de l'ID restaient très professionnels, il y'a peu de sujets personnels qui y sont abordés...

Ca dépend comment ils sont rédigés. Initialement le mien était personnel, j'étais le seul auteur, mais au bout d'un moment il y avait des gens qui avaient des commentaires à mettre, éventuellement importants, et je leur ai dit de mettre un post complet plutôt qu'un simple commentaire, donc, je leur ai créé un compte auteur. Maintenant, le blog est plus collectif, donc, c'est vrai que je n'y raconte pas ce que je fais le week end parce que je ne suis pas le seul auteur. On a France une tradition de césure qui me semble plus nette entre la vie professionnelle et la vie personnelle. Mes collègues américains ont des blogs où la frontière est plus floue. Ils mélangent beaucoup les deux. Moi ça ne me choque pas, mais pour nous ça ne passerait pas. Moi je ne le fais pas parce que je m'adresse à la communauté professionnelle française et je pense que ça ne marcherait pas bien, pour nous c'est plus problématique.

On a une pratique du blog professionnel, en France, qui reste sur une sphère étroitement professionnelle et ce n'est pas le cas partout.

Y'a-t-il à travers votre blog une volonté de promouvoir l'usage de l'outil dans le domaine de la documentation ?

Je ne l'ai pas fait pour ça. Mais, il y'a, certes, une volonté de faire connaître les nouvelles possibilités techniques en général et non pas seulement les blogs. En tant que responsable de la documentation numérique et de l'informatique de la bibliothèque, ce sont ces aspects que j'aborde prioritairement dans le blog. Donc, j'attire l'attention des professionnels, mais c'est un produit dérivé.

Il y'a, cependant, aussi une volonté de sensibiliser les collègues à de nouveaux outils. Si demain une nouveauté attire mon attention, j'en parlerai.

Mais aujourd'hui, je souhaite faire connaître toutes les techniques qui tournent autour du format RSS et XML. Là, je suis plus insistant vis-à-vis des lecteurs car je pense que c'est un truc qu'on pourrait réutiliser.

En ce moment je dépouille les offres d'un nouveau système informatique pour la bibliothèque. On veut dans ce système qui l'y ait des fils RSS. On pourrait proposer des choses intéressantes avec le RSS.

Par exemple, on pourrait se connecter sur le fils RSS et, si vous avez un agrégateur vous auriez la notice qui apparaît pour chaque nouveaux ouvrages et documents acquis par la bibliothèque sur une thématique précise. Donc, les produits dérivés du blog ou les aspects du blog qui pourraient être intégrés dans les outils des bibliothécaires, je les signale dans le blog pour les faire connaître, pour que se soit réutilisé.

Seul problème, quand je vais voir les fournisseurs de systèmes informatiques, ils connaissent mais ils m'expliquent que 80% des bibliothécaires ne connaissent pas le RSS et ne savent pas le faire marcher. Ce n'est, donc, pas encore commercialement intéressant. Dans les prochaines versions, il y'aura une possibilité d'intégrer le RSS, mais il faut attendre que ça rentre dans les pratiques.

De plus, nous [les professionnel de l'information français], on utilise surtout le RSS pour un aspect de diffusion, plutôt que pour un aspect de travail collaboratif en entrant du contenu.

A Nancy I, le blog interne pour le personnel fonctionnait bien car c'est une petite structure, pour les grosses structures je pense que c'est plus complexe. A la BNF ou à la BPI, je pense que ce serait moins facile de tester cet outil.

Mais certaines structures tentent l'expérience telles que la BIUP (bibliothèque inter universitaire de pharmacie) qui utilise un blog. Ainsi que l'Ecole Polytechnique de Lausanne qui propose un blog beaucoup plus développé où tous les étudiants peuvent ouvrir un blog sur le serveur de l'institution, ouvert aussi à tous les chercheurs. De même, il y a des blogs créés juste pour le temps d'un projet. Des équipes de projet l'ouvrent, y mettent les documents et les notes de recherche tout le temps du projet puis le ferme.

Participez vous à d'autres blogs ?

Je commente certains blogs. Je participe en lisant beaucoup de blogs.

Dans le cadre professionnel, les utilisez vous pour rechercher de l'information ?

Non, mais j'en suis certains, plus dans un processus de veille. Je surveille certains blogs et repère les éléments nouveaux.

Pourriez vous créer un blog pour la bibliothèque universitaire ?

Je ne pense pas que ce soit utile de créer un blog pour le public. Mais, on a un intranet, peut être pour l'intranet, pour certaines choses, notamment, pour des projets ponctuels. Par exemple, en ce moment, on se réinformatise, donc, il y'a des groupes de travail ; on a, alors, besoin du travail en groupe, de partager des

documents, d'un périmètre délimité, on pourrait utiliser cet outil. Mais, il y'a plein d'outils possibles, donc, celui-ci ou un autre...

Mais en bibliothèque publique, c'est un outil possible pour les usagers. En lecture publique, ils ont l'habitude de faire du travail de groupe avec les usagers, un auteur qui écrit avec les adolescents pourrait, par exemple, utiliser cet outil.

Il y'a des cas où le blog est adapté et des fois non. En CDI, avec les élèves cela peut être une bonne idée. En université moins.

Le blog, utilisé à destination des usagers, peut-il, selon vous, apporter un plus en matière de politique d'acquisition ?

Le blog est fait pour écrire, mettre du contenu, il faut que ça vive ! On l'utiliserait si on avait quelque chose de participatif entre le public et nous, ou à l'intérieur de groupes, autour d'activités liées à l'écriture..., là on l'utiliserait. Si on a un auteur à résidence ça peut être bien, mais nous on ne le fait pas.

Je le lirais à des choses touchant à la bibliothèque. En matière de politique d'acquisition, je ne suis pas sûr que ce soit efficace.

Par le biais de leur blog, les professionnels de l'ID pourraient-ils faire évoluer l'image du métier ?

Dans les blogs américains, c'est une forte idée. Cela revient couramment, dans les blogs américains, de dire que les professionnels de l'information peuvent être pionniers et sont capables de s'adapter aux nouveautés informatiques. En France, c'est une pratique minoritaire. Ça ne peut pas faire de mal, mais, cela ne change pas vraiment l'image du métier.

Quant à la visibilité sur le Web, je ne pense pas que ce soit si important. Mais, si on veut se faire connaître, oui le blog peut être une solution.

L'institution, elle, sa présence sur le Web est essentielle, mais elle ne passera pas par un blog, mais par un vrai site institutionnel de qualité. Le blog peut, alors, être un complément du site institutionnel, pour un aspect du site, ou un projet ponctuel. Il peut se concevoir comme un sous aspect du site.

Cependant, je regrette qu'il n'y'ait pas plus de professionnels qui ont des sites personnels. En effet, c'est intéressant de mettre des comptes rendus de projets, ou des cahiers des charges, important de dire ce qu'on a fait en tant que professionnel, dire ce qu'on a mis en place, parler de ces attentes, de ces projets... Cela profiterait à tout le monde.

Moi, par exemple, il m'a fallu établir un cahier des charges pour la réinformatisation de la bibliothèque ; j'ai trouvé de nombreux exemples de cahiers des charges sur les sites de bibliothèques américaines, mais il reste difficile d'en trouver sur des sites français. C'est dommage. Si ces pratiques se développent individuellement, ce serait bien, pour partager ces projets entre professionnels.

Quelques outils de blogging

Ces outils ont été testés en version basique et gratuite uniquement, sauf pour Typepad où même la version basique est payante.

1/ Les plates formes de blogging

OUTILS TESTES	Blogspirit	Canalblog	Typepad	U blog
Type d'outil	Auto hébergé <i>gratuit</i>	Auto hébergé <i>gratuit</i>	Auto hébergé <i>payant</i>	Auto hébergé <i>gratuit</i>
Facilité d'utilisation	Très facile	Très facile	Assez facile	Très facile
FONCTIONNALITE				
Permalink	oui	oui	oui	oui
Trackback	oui	oui	oui	non
commentaire	oui	oui	oui	oui
Flux RSS	Oui (syndication partielle ou totale)	oui	oui	oui
Classification des notes par catégorie	oui	oui	oui	oui
archivage	Calendrier (mensuel ou hebdomadaire)	Calendrier (quotidien, hebdomadaire ou mensuel)	Calendrier (quotidien, hebdomadaire ou mensuel) et catégorie	Calendrier (quotidien, hebdomadaire ou mensuel) et catégorie
Moteur de recherche interne	oui	non	oui	non
Gestion de plusieurs utilisateurs	oui	oui	non	non
Protection par mot de passe	oui	non	oui	non
Publication par email ou moblogging	oui	non	oui	non

2/ Les logiciels à installer

OUTILS TESTE	B2	Dotclear
Type d'outil	FTP <i>Gratuit</i>	FTP <i>Logiciel libre et gratuit</i>
Facilité d'utilisation	Assez facile	Assez complexe
FONCTIONALITE		
Permalink	oui	oui
Trackaback	oui	oui
Commentaire	oui	oui
Flux RSS	oui	oui
Classification des notes par catégories	oui	oui
archivage	Calendrier et catégorie	Calendrier et catégorie
Moteur de recherche	oui	oui
Gestion de plusieurs utilisateurs	oui	oui
Protection par mot de passe	oui	oui

Enjeux juridiques du blog en entreprise

1/Un salarié d'une entreprise française a-t-il le droit de parler de son entreprise sur son blog ?

Le salarié, en tant que citoyen français, jouit de sa liberté d'expression. Selon l'article 7 de la convention européenne des droits de l'homme, ce droit comprend la liberté d'opinion et la liberté de recevoir ou de communiquer des informations ou des idées sans qu'il puisse y avoir ingérence d'autorités publiques et sans considération de frontière. Il peut donc parler librement de son entreprise sur son blog, cependant s'il est tenu à un secret professionnel, il ne doit pas divulguer d'informations confidentielles. De plus, le salarié est tenu à une obligation de loyauté en vertu de l'article 1134 alinéa 3 du code civil, il ne doit donc pas dénigrer son entreprise dans son blog. Certaines entreprises estiment que les blogs sont un moyen original de promouvoir leur image.

2/Un salarié d'une entreprise française a-t-il le droit de publier sur son blog une photographie de lui en uniforme, ou en arborant un vêtement identifié comme appartenant à son entreprise ?

Chacun dispose sur son image d'un droit exclusif. Un salarié peut donc diffuser sur son blog une photographie de lui en uniforme. Cependant, il ne doit pas, notamment en vertu de son obligation de loyauté, avoir une attitude ridicule, malveillante ou dévalorisante qui porterait atteinte ou désavantagerait l'entreprise et sa notoriété.

3/Un salarié peut-il donner sur son blog ou dans un forum Internet des informations sur un projet qu'il a monté au sein de son entreprise, de répliquer un article qu'il a écrit pour le quotidien qui l'emploie, etc. ?

La liberté d'expression englobe la liberté de parler de son travail, de ses projets. Mais il doit respecter les clauses de son contrat de travail, notamment s'il existe une clause de non concurrence, ou s'il est tenu au secret professionnel. Il ne peut, par exemple, divulguer les inventions brevetées réalisées par son entreprise. Nombreuses entreprises, aujourd'hui, créent des blogs internes justement pour faciliter et favoriser le travail collaboratif et pour permettre aux salariés d'une même entreprise d'échanger leurs idées sur un projet. Certains médias invitent leurs reporters à tenir des carnets en ligne pour commenter l'actualité...

5/Quelles sont les sanctions applicables à chacun de ces cas de figure ? Existe-t-il une législation spécifique en France ou en Europe sur la publication de contenus sur Internet par des salariés ?

Le non respect d'une clause du contrat de travail, par exemple relative au secret professionnel, peut être constitutif d'une faute justifiant le licenciement du salarié et la mise en cause de sa responsabilité civile. S'agissant de la diffusion de propos diffamatoires ou injurieux concernant des particuliers sur un blog, elle est punie d'une amende de 12000 Euros en vertu des articles 32 et 33 de la loi sur la presse. L'action en diffamation n'est fondée que si le texte diffamatoire permet à la personne qui se prétend diffamée de se reconnaître comme étant

personnellement visée, et aux lecteurs de l'identifier. La diffamation suppose une imputation dirigée contre une personne physique ou morale déterminée, elle n'existe pas à l'encontre d'une profession (jurisprudence classique : Crim.5 mai 1964, Crim. 1^{er} septembre 2004). De plus, la vérité des imputations diffamatoires et injurieuses pourra être établie contre les directeurs ou administrateurs de toute entreprise industrielle, commerciale ou financière, faisant publiquement appel à l'épargne, sauf exception, notamment si les faits concernent la vie privée.

La responsabilité en cascade est applicable au réseau Internet, surtout qu'il est difficile de retrouver l'auteur si le blog est anonyme. La responsabilité du directeur de publication, ou du responsable du site sera donc recherchée, mais celui-ci pourra se retourner contre l'auteur des propos s'il a stocké ses coordonnées. Il pourra aussi être condamné à laisser un droit de réponse dans le blog à la personne victime de la diffamation ou de l'injure.

Il n'y a pas de législation spécifique ni en France ni pour l'Europe. Certains Etats autorisent l'employeur à exercer un certain contrôle sur ce que publient sur Internet les salariés. Par exemple, au Danemark, si la question des conditions d'utilisation du web par le salarié n'est pas traitée par une loi unique et spécifique, le Conseil de sécurité des technologies de l'information danois recommande aux employeurs de les définir dans le règlement intérieur de l'entreprise.

6/Une entreprise peut-elle par exemple intégrer à son règlement intérieur l'interdiction de parler, dans un forum, ou sur un blog, de son entreprise, de la nommer en son propre ?

Les matières qui peuvent faire l'objet d'une clause dans le règlement intérieur de l'entreprise figurent à l'article L122-34 du code du travail. La liste de ces matières est limitative, l'employeur ne peut donc pas rajouter de clause. Il ne peut pas imposer au salarié une certaine attitude quant à l'entreprise à l'extérieur de celle-ci, il ne peut pas lui dicter de conduite, ni de conditions d'utilisation d'Internet et de son blog qui lui est personnel.

7/Qu'en est-il de toutes ces questions aux Etats-Unis ? Quelles sont les grandes différences avec le droit français ?

Aux Etats unis, la liberté d'expression est très large. Le premier amendement de la Constitution fédérale américaine se contente d'interdire au législateur fédéral toute intervention. Mais cela entraîne qu'il y a un vide juridique et malgré une plus grande intervention des pouvoirs publics depuis le 11 septembre 2001, de nombreux abus sont constatés. C'est un peu la loi du plus fort qui s'applique.

Des licenciements de salariés ont eu lieu car ils avaient diffusé des informations sur leur entreprise.

Extrait de :

COHEN, Murielle. Salariés et blog. *Avocat Online* [en ligne]. 2005. [Consulté le 15 Avril 2005]. Disponible en ligne : < http://www.murielle-cahen.com/p_blog2.asp >

Moteur de recherche et annuaires de blogs et de fils RSS

A/ Moteur de recherche

Moteurs de recherche internationaux

Blawgrepublic <http://www.blawgrepublic.com>

Un moteur de recherche qui se présente sous la forme d'un blog. Il propose une recherche par mots clefs libres dans le contenu des blogs, et une recherche par catégorie. Blawrepublic est spécialisé dans le domaine juridique, et recense les post ayant pour sujet le droit et les législations au sens large (droit civil, propriété intellectuelle, droit sanitaire, droit des affaires...).

Blogpulse www.blogpulse.com

Mis en ligne en mai 2004 par la société Intelliseek. Moteur de blog (avec fonctionnalités de recherche avancées) permettant également de voir les termes les plus récurrents sous forme de graphique.

Bloogz <http://www.bloogz.com/>

Originellement italien, le moteur Bloogz permet aujourd'hui une recherche en français, anglais, espagnol, italien et allemand. Les éditeurs peuvent "référencer" leur blog. On peut choisir un tri par pertinence ou par date.

Daypop <http://www.daypop.com>

Capacité de recherche dans quelque 60.000 sources (même chiffre annoncé en février 2004) utilisant le format RSS (35000 en octobre 2003) : sites de news, weblogs et "fils" RSS". La recherche avancée permet de chercher par pays et par langue. On a le post en cache et les citations sur le blog dans la liste des résultats.

Feedster <http://www.feedster.com>

Moteur spécialisé dans la recherche sur les weblogs et fils RSS (800.000 sources et 5000 nouvelles par jour). Possibilité de classer les résultats par pertinence ou par date. On peut, de plus, créer un fil RSS à partir d'une recherche par mots-clé. Possibilité d'avoir une visualisation graphique des provenances des résultats (carte du monde).

"My Feedster" permet de syndiquer son contenu en ligne gratuitement, en sauvegardant des posts et des recherches.

Newsisfree <http://www.newsisfree.com>

14000 sources identifiées. Recherche par mots-clés des articles récupérés dans les deux derniers jours. Recherche avec opérateurs booléens. Une recherche par catégories est également disponible.

Technorati www.technorati.com

Technorati est l'un des premiers outils à avoir scruté la blogosphère, il surveille actuellement environ 4 300 000 weblogs et 650 000 000 posts. Il identifie aussi les liens existants entre les blogs ou vers une note en particulier.

Waypath www.waypath.com

Créé en Octobre 2004, Waypath permet de faire une recherche sur le contenu de trois millions de blogs, avec des fonctions avancées (opérateurs, proximité, etc.). L'outil propose par ailleurs l'agrégation de différents blogs traitant du même sujet. Une fonctionnalité à retenir : le bouton "Waypath it!" en bas à droite de chaque résultat, permettant de trouver les posts ayant un sujet proche.

Moteurs francophones

Easy RSS <http://www.easyrss.com/>

Un moteur de recherche de fils RSS (actuellement 130400 fils indexés environ) lancé par deux bruxellois avec l'objectif ambitieux de devenir "le premier portail RSS européen".

B/ Répertoires et annuaires

Répertoires et annuaires internationaux

Blogarama www.blogarama.com

20100 blogs listés (7850 en février 2004) avec un système de catégories (avec arborescence). Recherche sur les descriptifs (opérateurs booléens) et recherche avancée disponible.

Eaton web <http://portal.eatonweb.com/>

20800 blogs (16400 en février) répertoriés sur ce site. Les catégories sont, en fait, des mots-clés pré proposés. On peut aussi avoir une liste par ordre alphabétique, par pays et par langue et mots-clés sur les descriptifs.

Newsisfree <http://www.newsisfree.com>

14000 sources (8200 en février). Répertoire de sources par catégories : <http://www.newsisfree.com/sources/bycat/> : on peut aussi chercher sur les noms et descriptions des blogs.

Syndic8.com <http://www.syndic8.com>

Liste par ordre alphabétique (environ 80000 sources, 28000 en février 2004), par catégories et recherche par mots-clés. Une liste pour la France est disponible : <http://www.syndic8.com/feedlist.php?ShowLanguage=fr&ShowStatus=all> >
De plus, des fils RSS sont ajoutés, voire créés sur proposition des internautes.

Weblogs.com <http://www.weblogs.com/>

Recense les blogs récemment mis à jour. On peut également s'abonner au fil RSS correspondant.

2RSS.com <http://www.2rss.com/>

Un nouveau répertoire qui traite actuellement quelque 7800 fils.

Répertoires francophones

Blogonautes www.blogonautes.com

Répertoire de blogs francophones : il annonce actuellement 3922 weblogs et offre une recherche multicritères : nom de l'auteur du blog, pays et ville d'origine, sexe et tranche d'âge. On peut trier les résultats par différents critères. La page d'accueil permet de voir les nouveautés sur les blogs répertoriés (fil RSS d'ailleurs).

BlogArea <http://www.blogarea.net/>

Un annuaire avec 379 blogs référencés, et 20 catégories pour 43 sous-catégories.

Blogolist <http://blogolist.com>

Ce répertoire francophone indexe environ 740 blogs en permettant une recherche par origine géographique. Il propose également une recherche dans les url, les titres, les descriptions, les mots-clés (une liste de mots-clés est proposée).

Les pages joueb <http://pages.joueb.com>

636 blogs (id en février, c'est inquiétant !) classés par mots-clés.

Retronimo www.retronimo.com

Annuaire de fils RSS, de blogs, et métamoteur de blogs.

RssReporter <http://www.rssreporter.net/html/>

Annuaire de fils RSS (actuellement 246 sites recensés) qui comporte une vraie arborescence.

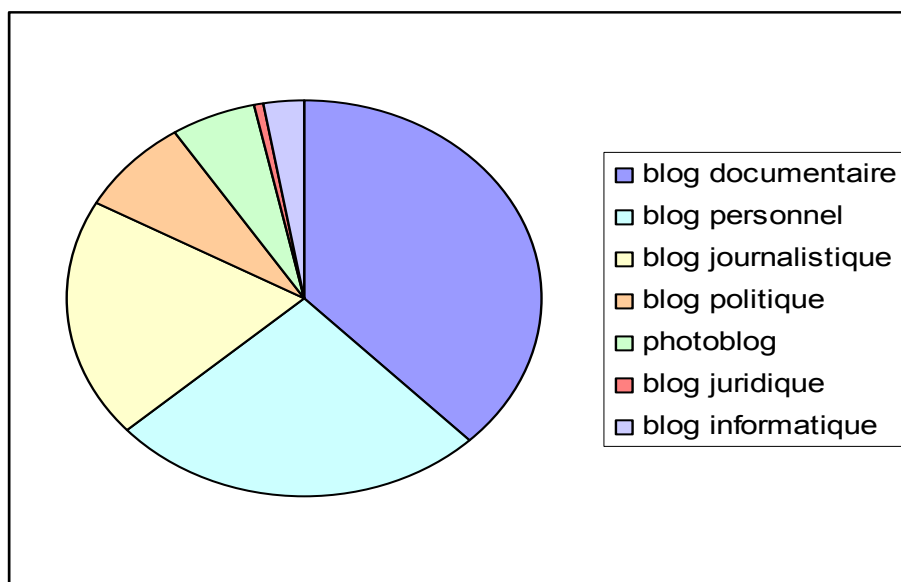
Weblogues.com <http://www.weblogues.com/>

Ex-Moteur spécialisé sur les blogs francophones avec recherche intégrale sur le texte des billets, Weblogues a restreint son ambition en devenant un outil de repérage des blogs. On peut rechercher sur la description des blogs, ou par une liste de mots-clés assez anarchique. La page s'ouvre sur les blogs mis à jour, ce qui constitue d'ailleurs un fil RSS auquel on peut bien sûr s'abonner.

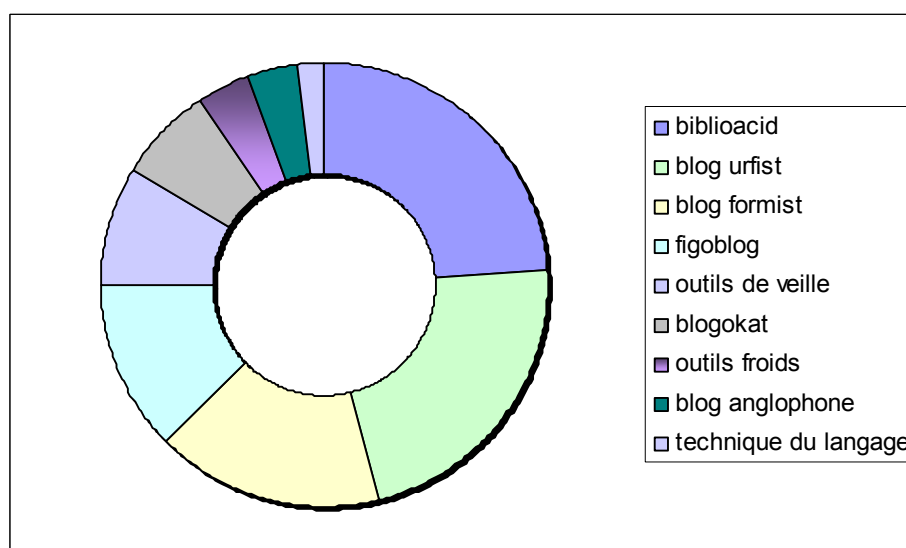
D'après les travaux de Armelle Thomas, mis en ligne sur *Outils de veille*.

Les blogs « documentaires » en chiffre

1/ Les types de blogs les plus consultés par les professionnels de l'information



2/ Les blogs « documentaires » les plus consultés



D'après l'enquête en ligne diffusée sur *Biblio.fr*, Avril - Juin 2005

Quelques blogs francophones¹⁵³ animés par des professionnels de l'information

1/ Blogs individuels ou collectifs animés par des bibliothécaires et des documentalistes

Biblioacid [<http://www.biblioacid.org/>]

Biblioacid est un weblog sur les bibliothèques et les technologies animé par des bibliothécaires. Ses objectifs sont d'informer sur ce qui se passe dans ces domaines en France comme à l'étranger et de proposer des pistes de réflexion sur l'impact des technologies, sur le rôle des bibliothèques, sur les attentes des utilisateurs et sur le métier de bibliothécaire. Il accueille aussi bien de l'information factuelle que des avis et opinions, qui n'engagent que leurs auteurs. Le format du site permet à chacun de réagir en laissant un commentaire ponctuel ou en devenant un contributeur régulier.

Le weblog s'accompagne d'un e - magazine bimestriel gratuit, destiné à aborder des thèmes qui nécessitent un approfondissement.

Blogokat [<http://blogokat.canalblog.com/>]

Blog subjectif avec une sélection de ressources ayant trait aux domaines de la documentation, des technologies de l'information, d'Internet ainsi que quelques sujets personnels. Un blog créé par une bibliothécaire qui préserve un certain anonymat.

Dossier Doc [<http://dossierdoc.typepad.com/>]

Un blog créé par une documentaliste qui tend à mettre en avant les usages possibles des blogs dans le monde de l'information et de la documentation. Alimenté de réflexions sur les usages des professionnels de l'ID par rapport aux outils de diffusion d'une offre documentaire : fora, systèmes de gestion de contenu (CGM), systèmes de gestion documentaires..., ce blog se veut à caractère collaboratif. L'auteur propose également une sélection de dossiers documentaires et de synthèses électroniques réalisés par L'INIST ou encore la Documentation Française.

Figoblog [<http://www.figoblog.org/>]

Lancé en Mars 2004, ce blog fait par des bibliothécaires est dédié à Internet, à la bibliothéconomie et à quelques sujets plus personnels. On y trouve, entre autre, des rubriques consacrées aux droits d'auteur, au web sémantique, aux bibliothèques numériques ou encore à la recherche documentaire. L'auteur offre aussi une sélection de liens vers des ressources consacrées à la bibliothéconomie.

¹⁵³ Essentiellement français

Les Z'ed [<http://www.ed-productions.com/leszed/index.php>]

Créé en septembre 2004, ce blog est proposé par Eric Delcroix, enseignant à l'UFR IDIST¹⁵⁴ en master ICD (information, communication et documentation) de Lille III. Les sujets abordés sont aussi bien la recherche d'information, Internet que divers outils de publication. « Je vais tenter de tenir régulièrement à jour ce blog qui me permettra de faire partager mes découvertes, mes coups de gueules, mes coups de foudre, mes impressions sur le web, la PAO, le graphisme, le multimédia... Ce blog est la suite logique d'un groupe de discussion pour les étudiants du Master » confie, alors, l'auteur lors de son premier post.

Tout sur les métiers de l'information et de la documentation [<http://metiers-info-doc.joueb.com/>]

Ce blog est consacré aux métiers de l'information - documentation. Un blog très axé sur les perspectives de la profession, visant à « promouvoir les métiers de la documentation » comme le signal la page d'accueil.

2 / Blog animés par des spécialistes de l'Intelligence économique

Activeille [<http://www.activeille.net/index.php>]

Ce blog est une initiative du cabinet AURIGANCE DEVELOPPEMENT, spécialisé dans les méthodes de maîtrise documentaire et le management des projets industriels ou d'entreprise. Entre autre, cet espace propose des ressources autour de thématique telles que la gestion de projet, la cartographie de l'information, le management de contenu ou encore le groupware. *Activeille* propose aussi une veille sur les outils de recherche et les logiciels documentaires.

Deanie oueblog [<http://www.deanie.ultimteam.com/index.php?Sciences-de-linformatio>]

Ce blog consacré à la veille stratégique et au management des connaissances, propose aussi quelques ressources et réflexions autour des sciences de l'information. La catégorie *Outils* signale tous les outils web intéressants à connaître en documentation.

Macis [<http://macis.joueb.com>]

Ce blog est consacré au Knowledge Management et aux Systèmes d'Information pour l'Innovation. *Macis* vise à rassembler des informations sur le Management des Connaissances et les Systèmes d'Information pour l'Innovation dans les entreprises. Son objectif est de mettre à disposition des informations scientifiques mais, aussi, des exemples de mises en oeuvre concrètes dans les entreprises de démarches de Knowledge Management et d'Innovation supportées par les Systèmes d'Information.

¹⁵⁴ (UFR IDIST - Information, Documentation, Information Scientifique et Technique)

Outils de veille [<http://inforizon.blogs.com>]

Créé en Juin 2004, ce blog consacré à la veille est animé par des spécialistes du domaine, dont Armelle Thomas. Cet espace est dédié aux actualités des outils de veille et accueille de temps à autre des posts relatifs à la recherche documentaire plus générale. Le blog propose de nombreuses catégories dont certaines consacrées aux bases de données, à la gestion de contenu ou encore à la propriété intellectuelle.

Outils Froids [<http://www.outilsfroids.net/news/269.shtml>]

Spécialiste en veille stratégique, Christophe Deschamps, l'auteur de ce blog, propose un espace de veille sur la veille visant à « informer les knowledge workers des nouveaux outils, usages, méthodologies, concepts, pouvant les aider à améliorer leur productivité personnelle au quotidien ». Ce blog propose, alors, une veille sur les outils de veille ainsi qu'une actualité autour de la profession.

Vstratech : stratégie et nouvelles technologies [<http://vstratech.com/>]

Ce blog, consacré à l'Intelligence économique proposant une veille sur les outils web et les technologies de veille, est animé par un jeune diplômé en veille stratégique. Au-delà de sa volonté de proposer une veille sur la profession, l'auteur utilise aussi son blog afin de mettre en valeur ses compétences, proposant même son CV en ligne ; une manière originale d'étendre sa recherche d'emploi.

3/ Les blogs animés par des spécialistes de la documentation juridique

Docenvrac [<http://docenvrac.juridiconline.com/index.php?Blogs/2004/11>]

Un blog consacré à l'actualité de la documentation, du droit et de l'Internet, animé par Arnaud Dumourier, juriste et auteur du site web *Juridiconline*. Il propose, notamment, des catégories autour du droit des TIC, de la profession de documentaliste, de la propriété intellectuelle ou encore de l'open source.

Précement.org : un blog pour l'information juridique [<http://www.precisemet.org>]

Ce blog animé par Emmanuel Barthe, documentaliste juridique, se consacre au domaine de la documentation juridique.

Servicedoc.info [<http://www.servicedoc.info>]

Ce blog, animé par Stéphane Cottin, propose une veille autour de la documentation juridique. Le format du blog, constitué d'une liste de liens, n'est pas sans rappeler la forme des tous premiers apparus sur le Web.

4/ Blogs d'organismes et d'associations professionnels

ADBS Provence [<http://adbsprovence.canalblog.com/>]

Ce blog ayant pour thèmes l'ID et l'informatique documentaire, a pour objectif de diffuser des informations concernant les adhérents ADBS de la région, d'élargir, éventuellement, le cercle des adhérents, tout en signalant également les documents intéressants sur le Web. Complémentaire du site régional de l'association, dont il conserve la charte graphique, ce blog se veut un espace de communication et d'échanges entre les membres du réseau local.

Blogformist [<http://blogformist.enssib.fr/>]

Ce blog, initiative de l'ENSSIB, se présente comme « le blog francophone sur la maîtrise de l'information ». Complémentaire du site web *Formist*, cet espace rassemble des notes, des idées, des remarques en relation avec la documentation.

Résodoc [<http://resodoc.typepad.com/>]

Ce blog, animé par quelques membres de l'association des documentalistes en base Normandie, se présente comme un outil au service d'une communauté, pré existante, visant à la faire vivre. Ce blog a pour objectif de tenir informé les membres du réseau de l'actualité concernant le monde de la documentation, en particulier sur la Basse-normandie, et des activités de l'association.

Urfistinfo [http://urfistinfo.blogs.com/urfist_info/2005/01/blogs_rss_et_en.html]

Ce blog a été créé à la rentrée 2004, afin de formaliser le réseau pour gagner en visibilité, globaliser la veille et, expérimenter un mode de publication. Cet espace tend, aussi, à valoriser l'activité du réseau, notamment en terme de veille sur les problématiques de l'IST. Animés par près de quatorze personnes enseignants, chercheurs en ID et conservateurs de bibliothèques, le blog propose des ressources autour de la veille, de la gestion des connaissances et des activités du réseau.

5/ Blogs de structures documentaires

Bibliothèques municipales

Bibliothèque de St Michel de Maurienne [<http://biblio-st-michel-de-maurienne.over-blog.com/>]

A défaut d'un site web trop coûteux, la bibliothèque de St Michel de Maurienne a opté pour un blog, proposant à ses usagers un espace d'actualité et d'échange avec le personnel.

Espace multimédi@ de la médiathèque Monnaie

[<http://lespacemultimedia.blogspirit.com/>]

La médiathèque Monnaie a, elle, opté pour un blog consacré à la mise en valeur de son espace multimédia. Le blog propose un moyen d'information et d'échange dynamique avec les usagers (et les non usagers), tout en offrant un service multimédia en ligne.

Bibliothèques universitaires

Blog de la BIUP [<http://biup.over-blog.com>]

Ce blog de la bibliothèque inter universitaire de pharmacie propose une veille sur les ressources et les événements (colloques, publications et rencontres) scientifiques pouvant intéresser les étudiants et les chercheurs de l'université.

Blog de la bibliothèque de l'IUT de Dijon [<http://bibdij.over-blog.com/>]

Ce blog, animé par le personnel de la bibliothèque, propose une actualité autour de la vie de la structure (acquisitions, événements) et la diffusion de quelques produits documentaires tels que la revue de presse. De plus, le blog offre une catégorie *méthodologie de la recherche documentaire* visant à conseiller les usagers en quête d'information. Complémentaire du site institutionnel de la bibliothèque, le blog se présente comme une autre manière, plus régulière, de communiquer autour de la vie et des activités de la bibliothèque.

Blog de la Bibliothèque Universitaire de Médecine

[<http://blog.bium.ch/index.php?catid=1&blogid=1>]

Contrairement aux deux autres blogs cités, ce blog ne s'adresse pas vraiment aux usagers, mais au personnel de la structure et aux autres professionnels de la documentation. En effet, les thèmes abordés gravitent autour de la profession : annonces de conférences et de formation professionnelles, revues de presse professionnelles, commentaires sur les outils documentaires testés... Ce blog très récemment ouvert paraît être utilisé comme espace d'information pour le personnel de la bibliothèque.

Centres de documentation

CRIJ Poitou-Charente [<http://crij-poitiers.over-blog.com/>]

Le Centre Régional Information Jeunesse Poitou-Charentes connaît de graves difficultés financières qui pourraient le mettre sérieusement en péril voire aboutir à sa liquidation. A travers son blog, le CRIJ tente de tenir les usagers informés de l'évolution de la situation, tout en les sensibilisant à l'importance de son travail. Une initiative originale, visant à rapprocher les usagers et le personnel de la structure dans une période difficile pour ces derniers.

Service d'info-doc du journal 01 informatique

[<http://01informatique.blog.01net.com/blog/>]

Ce blog est d'abord un service aux lecteurs de *01 Informatique*, fourni par le service de documentation du journal. Il est ouvert à tout internaute. Il leur permet, alors, de faire des recherches supplémentaires sur des sujets traités par le journal ; de poser des questions à la rédaction et aux documentalistes et, d'être informés en temps réel sur les contenus du service de documentation : agenda, formations, catalogues et nouvelles acquisitions, études, nouveaux produits, etc.

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION	p.3
I. LES BLOGS : ENTRE COMMUNAUTE VIRTUELLE ET INTELLIGENCE COLLECTIVE	
A. QU'EST-CE QU'UN BLOG ?	p.8
1. DEFINITION ET CARACTERISTIQUES	p.8
2. USAGE ET DIVERSITE DES BLOGS	p.11
3. UN SUCCES INATTENDU	p.13
B. LE BLOG, UNE COMMUNAUTE VIRTUELLE ?	p.17
1. QU'EST-CE QU'UNE COMMUNAUTE VIRTUELLE ?	p.17
2. ENTRE ESPACE PRIVE ET ESPACE PUBLIC	p.19
3. LA BLOGOSPHERE : UN MICRO RESEAU SUR LA TOILE	p.22
C. BLOG ET INTELLIGENCE COLLECTIVE	p.25
1. DEFINITION DE L'INTELLIGENCE COLLECTIVE	p.25
2. LES BLOGS, UN RESEAU D'INTELLIGENCE PARTAGEE	p.26
3. ENTRE DEMOCRATISATION DU SAVOIR ET DESINFORMATION	p.29
II. BLOG, TRAVAIL COLLABORATIF ET GESTION DES CONNAISSANCES	
A. LES BLOGS COMME OUTIL DE GROUPWARE	p.34
1. UN NOUVEL OUTIL DE TRAVAIL COLLABORATIF ?	p.34
2. L'UTILISATION DU BLOG DANS L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR	p.37
3. UN OUTIL DE COMMUNICATION INTERNE EN ENTREPRISE	p.40
B. BLOG ET KNOWLEDGE MANAGEMENT	p.43
1. LE CORPORATE BLOG, SYMPTOME D'UN NOUVEAU BESOIN INFORMATIONNEL	p.43
2. UN NOUVEL OUTIL DE KM ?	p.45
3. AU DELA DE L'OUTIL, L'ENVIE DE PARTAGER	p.48
C. LIMITES ET PERSPECTIVES	p.51
1. BLOG ET CULTURE D'ENTREPRISE : UNE RELATION TENDUE	p.51
2. DE NOUVEAUX PROBLEMES JURIDIQUES	p.54
3. VERS UN NOUVEAU METIER	p.56

III. LES BLOGS, UN OUTIL DE PULL ET DE PUSH

A. UNE SOURCE D'INFORMATION PERTINENTE ?	p.59
1. QUELLES INFORMATIONS TROUVER SUR LES BLOGS ?	p.59
2. ANNUAIRES ET MOTEUR DE RECHERCHE : VERS UNE MEILLEURE EXPLOITATION DES BLOGS	p.62
3. LIMITES DU BLOG COMME RESSOURCE DOCUMENTAIRE	p.65
B. LES APPORTS DU FIL RSS EN DOCUMENTATION	p.68
1. QU'EST CE QUE LE FORMAT RSS ?	p.68
2. UN OUTIL ADAPTE AUX DOCUMENTALISTES	p.71
3. UN OUTIL AU SERVICE DE L'USAGER	p.74
C. ENJEUX ET USAGES DES BLOGS POUR LA VEILLE	p.77
1. UN OUTIL ADAPTE A LA VEILLE	p.77
2. UNE NOUVELLE OPPORTUNITE DE VEILLE SOCIETALE ET COMMERCIALE	p.79
3. UN OUTIL DE VEILLE SUR LA VEILLE	p.82

IV. QU'EST CE QUI FAIT BLOGUER LES PROFESSIONNELS DE LA DOCUMENTATION ?

A. LES BLOGS INDIVIDUELS : ENTRE ESPACE PERSONNEL ET PREOCCUPATIONS PROFESSIONNELLES	p.87
1. A LA CONQUETE DE LA BLOGOSPHERE	p.87
2. CARACTERISTIQUES ET OBJECTIFS DE CES BLOGS	p.90
3. BLOGUER POUR CREER DES LIENS	p.93
B. LES BLOGS D'ORGANISMES PROFESSIONNELS: UNE AUTRE FACON D'ANIMER UN RESEAU	p.96
2. URFISTINFO ET BLOGFORMIST : POUR UNE MEILLEURE VISIBILITE NATIONALE	p.96
2. VERS DES RESEAUX REGIONAUX PLUS REACTIFS ?	p.98
C. LES BLOGS, UN OUTIL AU SERVICE DES STRUCTURES DOCUMENTAIRES	p.102
1. QUELQUES INITIATIVES FRANCAISES	p.102
2. ENTRE ESPACE DE COMMUNICATION ET OUTIL « MARKETING »	p.105
3. UN NOUVEAU PRODUIT DOCUMENTAIRE	p.109
CONCLUSION	p.112
BIBLIOGRAPHIE	p.116
INDEX & GLOSSAIRE	p.122
TABLE DES SIGLES	p.127
ANNEXES	p.128

Remerciements

Je tiens à remercier tous les professionnels de l'information, documentalistes, bibliothécaires, veilleurs, spécialistes en système d'information et consultants en technologies de l'information, qui m'ont apporté leur aide au cours de ce travail. J'adresse également mes remerciements à tous ceux qui ont accepté de participer à mon enquête, ainsi qu'à tous les professionnels, auteurs de blogs, qui ont accepté de répondre à mes questions.

Enfin, je tiens plus particulièrement à remercier Nicolas Morin, co-auteur du blog *Biblioacid*, qui a accepté de me recevoir en entretien ; ainsi que Jean-Charles Houpiet, conservateur stagiaire, qui a agréablement accepté de me communiquer ses travaux sur le RSS.

Je remercie également, Madame De Villars, chargée du suivi des recherches, qui m'a apporté son soutien tout au long de ce travail.

Sans l'aide de tous ces professionnels, ce travail n'aurait sans doute pas été possible. Prendre contact avec eux m'a, donc, permis d'étudier plus concrètement les pratiques concernant l'utilisation des blogs au sein de la profession, tout en élargissant mon champ de réflexion.

Les blogs sont partout. Ce nouvel outil de publication sur le Web a su séduire par sa simplicité de création et de gestion. Mais au-delà du simple carnet intime, inscrit dans une logique d'Intelligence collective, de groupware, de Knowledge Management et de veille stratégique, le potentiel de ces outils de gestion de contenu est bien plus grand qu'il n'y paraît. Les professionnels de l'information – documentation ont, alors, tout intérêt à s'intéresser aux weblogs, tant comme nouvelle ressource documentaire, qu'en tant que nouvel outil de publication à leur disposition. Entre espace d'échanges professionnels et véritable produit documentaire, le blog pourrait tout à fait trouver sa place, en France, dans les pratiques des professionnels de l'information, comme c'est déjà le cas dans les pays anglo-saxons, en avance dans ce domaine. Quelques professionnels français tentent, d'ailleurs l'expérience, testant le potentiel des blogs dans le cadre de leur travail.

MOTS-CLEFS

BLOG

RSS

INTERNET

TECHNOLOGIE DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION
(TIC)

OUTIL DE GESTION DE CONTENU (CMS)

GROUPWARE

INTELLIGENCE ECONOMIQUE

PARTAGE DES CONNAISSANCES

DOCUMENTATION