

Tags: personnel médias sociaux, formation continue,

Réseaux sociaux et vie professionnelle

D'après le Larousse, réseauter signifie se «créer un réseau de contacts sociaux et professionnels, notamment via le moyen d'Internet». Réseauter, pourtant, est une activité sociale qui existe depuis toujours et fonctionne de la manière suivante: un groupe de personnes se retrouve autour d'un thème fédérateur ou d'un lien commun (professions, problématiques, etc.) et communique ensuite, de manière formelle ou informelle, afin de s'enrichir de ces échanges.

L'arrivée d'Internet a simplement permis de faciliter, de régulariser et d'assurer la continuité de ces discussions qui se faisaient traditionnellement autour d'un café, d'une conférence, d'une soirée, ou à travers les activités des associations. Cela a finalement permis au réseautage de prendre d'autres formes, plus inhabituelles, et de vaincre le fameux continuum espace-temps.

Les médias sociaux professionnels: typologies et usages

Historiquement, les premiers réseaux sociaux professionnels en ligne ont pris la forme de forums, de listes de diffusion telles que swiss-lib, avant de s'orienter vers de nouveaux outils au fur et à mesure de leur apparition.

Les raisons pour réseauter ou animer un réseau professionnel sont nombreuses: échange de bonnes pratiques, recherche d'emploi, veille sur un domaine précis, création de nouveaux contacts, création d'idées, valorisation ...

De plus, comme le résume très succinctement et justement, le site collaboratif Wikipédia WIKIPEDIA. Réseau social professionnel; page consultée le 27.11.2014 , *«un réseau bien développé autour de son activité est un outil de veille exceptionnel. L'utilisateur d'un réseau bien construit aura accès aux offres d'emploi, d'opportunités, informations sur les salons et séminaires qui auront été sélectionnées par son réseau. On dit souvent que le réseau cherche pour soi, permettant d'accéder à des infos qui auraient pris plusieurs heures à obtenir.»*

En Suisse, les réseaux les plus utilisés ces dernières années sont Facebook, Twitter et LinkedIn. D'autres moyens permettent d'échanger et partager des informations à distance: par exemple, Dropbox, PBWorks, SharePoint ou SlideShare pour le partage de fichiers à distance; Skype, WhatsApp ou FaceTime pour converser en ligne; Netvibes, Delicious ou Zotero pour le partage de signets et de références; ou encore d'autres outils plus ludiques tels que Babelio, qui permet de partager sur la lecture et de découvrir des critiques et nouveautés littéraires.

Des réseaux sociaux à usage purement bibliothéconomique ont également existé. Entre autres, citons l'association Bibliothèques Sans Frontières qui avait créé un réseau social destiné aux bibliothécaires du Sud, Savoir Solidaire aujourd'hui éteint.

Tous ces moyens technologiques restent des outils qu'on peut utiliser (voire détourner) pour arriver à notre fin: communiquer! Car c'est bien ça qu'il ne faut pas oublier: un média social n'est pas une fin en soi, c'est un outil qui sert à échanger.

Quelques exemples d'outils

D'après le site socialbakers.com, le réseau social le plus utilisé en Suisse reste le géant Facebook. Habituellement dédié à un usage personnel, il est pourtant de plus en plus consacré au réseautage. Les collaborateurs devenus amis (au sens réel ou au sens de Facebook) peuvent ainsi échanger sur des problématiques professionnelles.

La création de groupes de contact facilite également la segmentarisation de son propre réseau en permettant de ne communiquer certaines informations qu'à un groupe spécifique (famille, amis, collègues).

En complément, de plus en plus d'associations professionnelles partagent des informations à leurs membres et des groupes plus informels sur la profession permettent de discuter autour de thématiques. Pour exemple, le groupe «Tu sais que tu es bibliothécaire» est un endroit convivial au sein duquel les membres échangent sur leurs quotidiens, problématiques, coups de cœurs et reçoivent un grand nombre de retours.

Le réseau LinkedIn, quant à lui, est utilisé essentiellement à des fins professionnelles: CV en ligne, nouvelles liées à son métier, groupes de discussion thématiques. C'est un outil qui, bien que sobre, offre de nombreuses fonctionnalités de veille et d'échange. Il reste toutefois utilisé de manière timide en Suisse. Certains groupes existent à l'initiative de privés, mais sont peu utilisés. Ailleurs, des groupes animés par des associations sont très suivis et les discussions très fournies.

Le réseau de microblogage Twitter permet à ses utilisateurs de lire et publier de courts messages publics de 140 caractères. A la différence des autres réseaux, ces messages sont toujours accessibles à tout le monde et le réseau n'invite pas les lecteurs à commenter directement les messages postés.

Ce réseau social très simplifié permet de suivre et de se faire suivre par des professionnels du monde entier, de faire une veille sur des thématiques qui nous intéressent, de suivre des événements ou conférences à distance, de les commenter en direct, de (re)publier seulement des informations jugées pertinentes, d'interroger le réseau sur des problématiques qui se posent à nous, etc.

Choisir et animer efficacement son réseau – mode d'emploi

Différents critères interviennent dans le choix de son ou de ses réseaux professionnels.

Que vous souhaitiez vous en servir comme récepteur d'information, ou comme éditeur, il faut que le réseau soit déjà utilisé par vos contacts ou par les institutions et/ou particuliers traitant des thématiques qui vous intéressent. Un réseau social vide n'aurait aucun sens, car il ne permettra pas de se partager des informations, des connaissances ou des expériences!

Renseignez-vous donc auprès de vos collègues: où sont-ils? qu'y font-ils? quelles thématiques y sont abordées? ... Le deuxième est en fonction de l'objectif que vous avez: vous cherchez un emploi? LinkedIn sera peut-être plus approprié ... Vous avez des questions sur une thématique particulière? Regardez quel réseau abrite un groupe qui en discute... Vous voulez faire de la veille? Twitter sera peut-être le plus prolixe. Listez les fonctionnalités dont vous avez besoin. Cela vous aidera à y voir plus clair avant de vous lancer sur le réseau.

Ensuite, investissez-vous: c'est en utilisant régulièrement un réseau social qu'on l'enrichit, qu'on apprend à se servir de toutes ses fonctionnalités et qu'on l'exploite du mieux possible. Ces outils ayant pour règle l'immédiateté, n'hésitez pas à vous connecter régulièrement, voire plus souvent quand une thématique vous intéresse plus.

Enfin, comme la plupart de ces réseaux sont accessibles sur tablettes et smartphones, faire sa veille en déjeunant ou en attendant le bus est tout à fait imaginable, au même titre que vous lisez le journal.

Et les associations dans tout ça?

Le but de nos associations professionnelles est la mise en réseau des membres, la collaboration et le développement des compétences (voir les statuts de BIS et VSA-AAS notamment). Mais alors, pourquoi utiliser une structure associative quand on vient de voir que les médias sociaux remplissaient ces mêmes fonctions dans un cadre bien plus souple?

A notre sens, les réseaux sociaux ne remplacent pas les associations. Rien ne vaut le rassemblement de plusieurs cerveaux et personnalités dans une même pièce pour faire avancer les choses, organiser des événements et prendre des décisions plus rapidement. Toutefois, les réseaux sont des outils que ces communautés doivent investir pour multiplier les effets de leurs actions en réduisant leurs forces. Le développement et la promotion de la profession sont bien plus efficaces en occupant le terrain des médias sociaux (à défaut d'occuper le terrain réel de la politique et du journalisme) que par des colloques et publications destinés à des personnes déjà convaincues.

La plus-value d'une association par rapport à ces réseaux est, à notre avis, la possibilité d'offrir et d'animer des espaces de partage pour leurs membres, à l'instar de ce qui se fait dans d'autres associations au lobbying plus marqué. Si vous créez votre propre réseau, il faudra alors veiller à choisir le média le plus approprié pour le public que vous souhaitez toucher et les buts que vous souhaitez remplir.

Par exemple, si vous souhaitez discuter des sujets et problèmes qui vous tiennent à cœur, un groupe de discussion sur Facebook ou LinkedIn animé par votre association permettra de canaliser les débats, de profiter des apports et connaissances d'autres professionnels non membres de l'association (mais qui, peut-être, voudront la rejoindre) et in fine de suivre en direct quels sont les «points chauds» du moment dans la profession et éventuellement de proposer une table ronde, réelle et virtuelle, sur ce problème. Par conséquent, il faut s'investir pour animer régulièrement son réseau. Jérémy Lachal, le directeur de Bibliothèques Sans Frontières, l'a d'ailleurs précisé: *«Pour qu'un réseau social réussisse, il faut que quelqu'un soit responsable de le gérer, d'animer les communautés, de modérer les discussions. Sinon, ça ne peut pas fonctionner.»*

Il conclut en spécifiant: *«Si vous animez un réseau, donnez-lui une vraie valeur ajoutée. Un tel outil a du sens s'il a une vraie valeur ajoutée en termes de contenu. Essayez de créer du contenu qu'on ne pourrait pas obtenir sur d'autres plateformes, comme par exemple les questions liées à la formation et aux bonnes pratiques.»*

C'est d'ailleurs ce sur quoi l'association travaille actuellement, puisque une plateforme de formation pour bibliothécaires devrait voir le jour dans le courant de l'année.

Ainsi, c'est en partant à la conquête de ce «nouveau monde» (virtuel) que les associations pourront remplir pleinement leur mission de sensibilisation du public et de valorisation de leurs compétences. L'[article de Frédéric Noyer ci-après](#) nous ouvre une fenêtre sur l'utilisation de ces médias sociaux par des associations et des professionnels du monde des archives.



Karine Yoakim Pasquier

Karine Yoakim Moser est bibliothécaire à l'École Moser et chargée de communication pour

[Moser Online](#)

depuis 2014. Auparavant, elle a été bibliothécaire aux Bibliothèques municipales de Genève et assistante HES d'enseignement et de recherche à la

[Haute école de gestion \(HEG\)](#)

de Genève dans lequel elle s'est consacrée notamment à l'utilisation des réseaux sociaux, à la e-réputation et au web 2.0. Elle a également participé à la mise en place d'un CAS en community management.



Gilliane Kern

Master of Science en Information documentaire en 2011 à la

[Haute école de gestion de Genève](#)

, conjointement avec l'

[École de bibliothéconomie et des sciences de l'information \(EBSI\)](#)

de l'Université de Montréal.

Archiviste et conseillère en gestion documentaire depuis 2012 pour la société

[docuteam](#)

, elle est membre de la direction et responsable en Suisse romande des projets de gestion de l'information, du

[Service intercommunal d'archivage](#)

dans le canton de Neuchâtel (SIAr) et représentante des activités en archivage électronique.

Elle fait partie du comité de rédaction d'arbido depuis 2014 et du comité de l'

[Association des archivistes suisses \(AAS\)](#)

depuis 2015.

Sous le pseudo

[Gilliane](#)

, elle est aussi wikimédienne et cherche à optimiser le travail des archivistes (et autres professionnel·le·s GLAM) par les outils Wikipédia, Wikidata, Wikimedia Commons et Wiktionary.

Résumé

Deutsch

Netzwerke erlauben von jeher den gegenseitigen Austausch von Informationen und Best Practices, die zur Weiterentwicklung des Metiers beitragen. Was hat sich mit dem Aufkommen des Internets verändert, und wie tragen diese neuen Werkzeuge dazu bei, die Qualität der Diskussionen zu verbessern?

Der Artikel präsentiert die verschiedenen Werkzeuge und ihre Funktionalitäten und zeigt auf, wie diese am besten für eine bessere Kommunikation eingesetzt werden. Denn etwas sollte man nicht vergessen: Die Sozialen Medien sind kein Selbstzweck, sondern nur das Werkzeug für den gegenseitigen Austausch.

Français

Que ce soit via des associations ou entre collègues, réseauter permet depuis toujours de s'enrichir, de partager des bonnes pratiques et de faire évoluer la profession. Qu'est-ce que l'arrivée d'internet a changé et de quelles manières ces outils permettent d'améliorer ces discussions ?

Cet article vous présentera succinctement les différents outils disponibles, leurs fonctionnalités et la manière dont on peut les utiliser et les détourner pour mieux communiquer ! Car c'est bien ça qu'il ne faut pas oublier: un média social n'est pas une fin en soi, c'est un outil qui sert à échanger.