

Tags: ICA VSA, International, Social Media,

Réseaux sociaux et archivistes – quelques sources d'inspiration

Qu'attendre pour une association professionnelle de la connectivité 2.0 promise par les médias sociaux? Quels messages pour quelles audiences? Envers le public, peut-on espérer travailler à notre image en tant que profession? Entre professionnels, peut-on ouvrir un espace de dialogue autour de nos pratiques? Autant d'intuitions qui poussent les organisations à se profiler dans le web social. Illustration par un tour d'horizon éclair de quelques initiatives récentes chez les archivistes.

En matière de réseaux sociaux, le Conseil international des Archives (ICA) est présent sur Facebook et sur Twitter. Pour ce dernier, c'est Céline Fernandez ([@AneArchiviste](#)), archiviste des communes françaises de La Tronche et de Meylan dans l'Isère, qui gère bénévolement le compte @ICAvolunteers. Il a été mis en place en marge de la conférence 2013 de Bruxelles et alimenté régulièrement depuis. Son activité a largement contribué aux 2375 tweets échangés au sujet de la rencontre mondiale de l'automne 2014 avec le hashtag [#ICAgirona2014](#).

L'ICA n'a pas mis en place de coordination stricte entre les différents canaux, ni de modération de la part des responsables de l'organisation envers les rédacteurs bénévoles. Aujourd'hui, le moyen d'annonce principal pour les membres reste la lettre de nouvelles (ICA list-serv) ou le site web pour des prises de positions officielles. D'une certaine manière, l'objectif est d'être présent sur les réseaux sociaux, avec Twitter dans le rôle de catalyseur pendant les rassemblements.

En Allemagne, le comité du Verband deutscher Archivarinnen und Archivare (VdA) s'est lancé en 2014 dans la formulation d'un nouveau concept de communication. Il s'appuie pour cela sur un groupe de travail composé essentiellement d'acteurs des archives régionales. Un secteur qui, dans le contexte allemand, semble plus innovant que celui des institutions de niveau national. Parmi les initiateurs, le Dr. Joachim Kemper (@Speyer_Archiv), très actif sur Twitter dans le cadre de ses responsabilités à la section du patrimoine culturel des archives de la ville de Speyer.

Le nouveau concept a pour objectif l'extension des canaux d'informations grâce à des comptes institutionnels sur Twitter et sur Facebook. De manière générale, on veut passer d'un mode de publication mono-directionnel à un mode bi-directionnel. Pour ce faire, dans l'état actuel des discussions, le vecteur privilégié pour favoriser l'interaction entre l'association et ses membres serait un blog rédigé à plusieurs mains. Un moyen déjà couramment utilisé en Allemagne, mais jusque-là plutôt par des acteurs individuels du domaine des archives, à l'image de « Archive 2.0 » sur la plateforme hypotheses.org.

La Society of American Archivists (SAA) gère un compte LinkedIn où l'on peut dénombrer près de 5'700 membres. L'admission n'est pas limitée aux seuls cotisants de l'association et intéresse bien au-delà des États-Unis. Pour la SAA, disposer d'un groupe qui rencontre un tel succès sert de vitrine à son rôle incontournable en tant que lobby professionnel. Pour les participants, de leur côté, ce groupe donne la possibilité d'inscrire leurs propres compétences professionnelles dans un cadre explicite. En s'affichant ainsi, l'internaute pose une définition plus précise de son domaine d'activité qu'il ne pourrait le faire en listant simplement son expérience. La crédibilité de son profil s'en trouve renforcée par une exemplification extrinsèque à son parcours.

Une campagne coordonnée sur les médias sociaux en Angleterre

Contrairement aux autres initiatives mentionnées jusque-là, la campagne anglaise Explore Archives (10 au 16 novembre 2014) visait principalement le grand public. Elle mérite une mention particulière pour son utilisation extensive des médias sociaux. Coordonnée par The National Archives, elle veut : « renforcer et susciter l'attention du grand public pour le rôle essentiel des archives dans notre société, rendre hommage à la richesse du patrimoine conservé et mettre en exergue le savoir-faire et le professionnalisme dans notre secteur ». Afin d'impliquer le plus d'institutions possible, une palette d'outils de communication (Explore Archives Toolkit) a été mise à disposition. Le plan de communication détaille le déroulement prévu d'une semaine d'activité intense sur Twitter. Un thème journalier unique, reconnaissable par son hashtag, permet de fédérer les efforts des différents participants pour animer la discussion. Deux journées en particulier encourageaient tous les collaborateurs des archives à s'impliquer par le moyen de productions textuelles ou visuelles : #DayInTheLife (des morceaux choisis d'une journée aux archives vue de l'intérieur), #archiveselfie (partager des autoportraits archivistiques de soi-même ou des documents historiques où l'on reconnaît ce motif). Une occasion d'investir également Instagram et Youtube.



EXPLORE YOUR ARCHIVE WEEK

10-16 November 2014

This infographic shows social media and web engagement during the 2014 Explore Your Archive campaign which ran from 10-16 November, with events taking place across the UK and Ireland.

BBC Breakfast

Viewing figures for Monday 10 November 2014



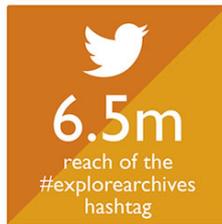
Number of viewers at 6.50am



Number of viewers at 8.45am

Twitter

Activity from 1 November to 17 November 2014



Hashtags

Tweets sent using #exploreachives plus another hashtag



Thunderclap

10.30am Monday 10 November 2014



164%

supported
410 of 250 supporters



751,963

social reach across
Twitter, Facebook and
Tumblr



1,122

click-throughs to the
EYA homepage

Le plan de communication détaille le déroulement prévu d'une semaine d'activité intense sur Twitter. Un thème journalier unique, reconnaissable par son hashtag, permet de fédérer les efforts des différents participants pour animer la discussion. Deux journées en particulier encourageaient tous les collaborateurs des archives à s'impliquer par le moyen de productions textuelles ou visuelles: [#DayInTheLife](#) (des morceaux choisis d'une journée aux archives vue de l'intérieur), [#archiveselfie](#) (partager des autoportraits archivistiques de soi-même ou des documents historiques où l'on reconnaît ce motif). Une occasion d'investir également Instagram et Youtube.



Une petite visite des productions montre que l'occasion n'a pas été boudée par les professionnels. Pour beaucoup, ça a manifestement été un plaisir de partager, avec un brin d'auto-dérision, des clins d'œil tirés de leur quotidien. Même si les messages font avant tout sourire les collègues à même d'en saisir tous les sous-entendus.



2015 1 B06 Archive Selfie Gant

Il faut néanmoins constater que lorsque l'audience ciblée est le grand-public, proposer une offre interactive ne suffit pas. Même si les réseaux sociaux rassemblent un nombre impressionnant d'individus, les amener à une forme d'interaction au sujet d'archives reste très difficile. En témoigne le succès relatif rencontré sur Twitter par des journées d'action du type #askarchivists ou #AskAnArchivist.

Et en Suisse, l'audience professionnelle est-elle prête? Le public professionnel, en comparaison, semble beaucoup plus réceptif. Le potentiel des blogs, de Twitter ou de LinkedIn en tant que nouveaux canaux d'échanges, de réseautage voire de débat suscite une attention croissante. Pour une association, il est aujourd'hui réellement aisé de trouver des sources d'inspiration qui ont déjà fait leurs preuves, comme le témoignent les exemples ci-dessus. Ceux-ci ne demandent qu'à être transposés dans notre contexte. Ceci dit, le succès dépendra paradoxalement d'abord du niveau de pénétration de ces technologies dans le quotidien de nos régions. Une fois la masse critique suffisante atteinte, on pourra alors compter sur un nombre minimal de réponses autour de thématiques professionnelles, ce qui, à terme, attirera forcément les collègues curieux. Bien que ces médias ne soient qu'un moyen parmi d'autres d'échange et de partage d'informations, il est important que, dès aujourd'hui, nos associations officielles balisent le terrain afin de permettre à un noyau d'intéressés de servir de catalyseur la constitution d'une vraie communauté.



Frédéric Noyer

Frédéric Noyer est digital archivist et membre de l'équipe de direction de [Docuteam Sàrl](#)

. De 2012 à 2015, il a travaillé en tant qu'archiviste-informaticien aux Archives de l'État de Neuchâtel où il a œuvré à l'action en matière de préservation des données numériques ainsi qu'à la coordination du Portail des archives neuchâteloises. Formé à la fois comme historien et comme informaticien de gestion à l'Université de Fribourg, il doit à cet enracinement dans l'Espace Mitteland un goût immodéré pour les ponts qui enjambent les frontières de toutes sortes, tant celles entre disciplines techniques que celles entre territoires linguistiques.

Abstract

Français

Qu'attendre pour une association professionnelle de la connectivité 2.0 promise par les médias sociaux? Quels messages pour quelles audiences? Envers le public, peut-on espérer travailler à notre image en tant que profession? Entre professionnels, peut-on ouvrir un espace de dialogue autour de nos pratiques? Autant d'intuitions qui poussent les organisations à se profiler dans le web social. Illustration par un tour d'horizon éclair de quelques initiatives récentes chez les archivistes.

Deutsch

Was kann ein Berufsverband von den neuen Vernetzungsmöglichkeiten der sozialen Medien erwarten? Welche Nachrichten sollen welcher Zielgruppe kommuniziert werden? Kann man mit Hilfe der sozialen Medien das Image unseres Berufes verbessern? Kann man für Berufsleute einen Raum schaffen, in dem sie in einen Dialog über ihre Praxis treten können? Den Organisationen stehen viele Möglichkeiten offen, um sich im Social Web zu profilieren. In einer Tour d'Horizon zu neuen Initiativen von Archivarinnen und Archivaren werden einige Beispiele vorgestellt.