

La médiation à l'heure du numérique

Type de contenu : Texte

Type de médiation : sans médiation

Type de support : Volume

Titre(s) : La médiation à l'heure du numérique / Jean-Philippe Accart ; préface de Christophe Deschamps

A pour autre édition sur un support différent : La médiation à l'heure du numérique Jean-Philippe Accart 2018 Paris Éditions du Cercle de la librairie Bibliothèques 978-2-7654-1507-7

Auteur(s) : Accart, Jean-Philippe (1958-....)

Autre(s) responsabilité(s) : Deschamps, Christophe (Préfacier)

Publication : Paris : Éditions du Cercle de la librairie, DL 2016

Description matérielle : 1 volume (172 pages) : illustrations ; 24 cm

Collection : Bibliothèques 0184-0886

ISBN : 978-2-7654-1505-3

EAN : 9782765415053

Appartient à la collection : Bibliothèques (Paris. 1978) 0184-0886

Classification décimale Dewey : 025.5

Note sur les bibliographies et les index : Bibliographie et liste de sites Internet pages [165]-166. Notes bibliographiques. Index

Résumé ou extrait : Avec la technologie numérique, le rôle traditionnel des bibliothécaires et documentalistes inclut aujourd'hui la médiation numérique. Le besoin est grandissant de construire un lien entre des outils et des dispositifs techniques d'une part, et les publics d'autre part. Le contexte général de la médiation en bibliothèque est exposé dans cet ouvrage. Celle-ci peut être culturelle, sociale, pédagogique... Le livre présente ce qu'est la médiation numérique dans toutes ses dimensions et quelles peuvent en être les applications dans les métiers de l'information. Les missions des bibliothèques évoluent, car le monde change sous l'influence des nouveaux outils technologiques et de leurs usages sociaux. Les usagers se voient offrir toute l'information à portée de clic, mais ils sont aussi confrontés à de nouvelles difficultés. L'information surabondante exige d'eux une capacité à sélectionner dans ce trop plein. La création permanente de nouveaux outils de recherche et d'échange demande à leurs utilisateurs

de nouvelles compétences. Les bibliothécaires doivent assurer leur présence sur ces réseaux sociaux, présence répondant à la politique générale de la bibliothèque. À cette fin, ils doivent définir un projet, mettre en place un business plan, adopter une démarche marketing. Ce livre veut aider les bibliothèques et services documentaires à élaborer une politique de services dont la médiation numérique devient un des aspects essentiels. À cette fin, ils doivent aussi positionner la bibliothèque en tant que 'marque', avec logo et slogan. Le besoin de médiation numérique est bien réel, et l'ouvrage propose un plan de développement pour la mise en place de services numériques performants. Un nouveau professionnel se dessine, l'architecte de l'information.

Sujet - Nom commun : Bibliothèques -- Services de référence numériques