- D. R.

Jean-Michel Salaün
France

L'auteur

Jean-Michel Salaün est professeur à l'Ecole normale supérieure de Lyon. Il a été directeur de l'Ecole de bibliothéconomie et des sciences de l'information de l'université de Montréal (2005-2010) et est l'auteur de nombreuses publications sur l'économie des bibliothèques et le document numérique.

Ressources

Le blog de l'auteur (*Bloc-notes de Jean-Michel Salaün*) :
http://blogues.ebsi.umontreal.ca/jms

L'œuvre

Vu, lu, su. Les architectes de l'information face à l'oligopole du Web (La Découverte, 2012)
Introduction aux sciences de l'information, avec Clément Arsenault (dir.) (La Découverte, 2010)
Stratégie marketing des services d'information - Bibliothèques et centres de documentation, avec Florence Muet (Cercle de La Librairie, 2007)
Marketing des bibliothèques et des centres de documentation (Cercle de La Librairie, 1998)
Économie et bibliothèques (dir.) (Cercle de La Librairie, 1998)
À qui appartient la télévision ? (Aubier, 1995)

Zoom

Vu, lu, su. Les architectes de l'information face à l'oligopole du Web (La Découverte, 2012)

Ce livre propose d'observer le Web sous un angle inédit, en le plaçant comme un moment d'une histoire longue et méconnue, celle du document. Inventé par Tim Berners-Lee, le Web prend la suite des efforts d'indexation systématique lancés à la fin du XIXe siècle, modifiant le document lui-même dans ses trois dimensions : la forme, le contenu et la fonction de transmission. Le Web est alors un média comme un autre, s'inspirant de la bibliothèque et de la radiotélévision pour répondre aux aspirations documentaires d'une société qui a changé en profondeur. Les anciens médias eux-mêmes élargissent leur vocation en devenant des « industries de la mémoire », par l'archivage numérique continu et public de leur production. Les nouveaux venus, comme Apple, Google ou Facebook, privilégient chacun une dimension différente du document pour prendre une position dominante dans la construction d'un « néodocument ». Puisant ses références dans différentes disciplines et s'appuyant sur le travail d'un réseau de chercheurs francophones sur le document numérique, ce livre ouvre plus largement les possibilités d'interprétation du Web et propose à ses acteurs indépendants de devenir des « architectes de l'information » pour contrer l'hégémonie menaçante des géants de la Toile.

La presse

« Ce que propose Jean-Michel Salaün, c'est une étude documentaire du web, une étude du web sous l'angle du document. Le web, donc, comme lieu où sont édités, publiés, diffusés, générés, lus des documents de nature et de fonction très différentes. L'intérêt de cette approche est d'inscrire le web dans l'histoire des lieux qui ont assuré des rôles semblables dans l'histoire de l'humanité, à commencer par les bibliothèques. Mais voilà, le web ne fait pas que jouer le rôle d'une nouvelle bibliothèque, il est aussi autre chose, et cela change jusqu'à la nature du document. »

France Culture

Introduction aux sciences de l'information, avec Clément Arsenault (dir.) (La Découverte, 2010)

Avec le web, les moteurs de recherche, les blogues et les wikis, la relation à l'information s'est transformée au point que les repères habituels s'émoussent et doivent être redéfinis. Le travail des archivistes et des bibliothécaires doit l'être tout autant. Riches d'une solide tradition et conscientes des défis posés par la modernité la plus radicale, les sciences de l'information se sont élargies. Mais il ne s'agit plus seulement de conserver et de diffuser le savoir, il s'agit d'en repenser le traitement et l'accès. Qu'est-ce qu'un document ? Comment peut-on le classer ? Indexer ses contenus ? Organiser des systèmes permettant d'y accéder ? Etablir un ordre documentaire ? Quels sont les professionnels concernés ? Dans quels environnements évoluent-ils ? Telles sont les grandes thématiques de cette synthèse très contemporaine conçue par l'Ecole de bibliothéconomie et des sciences de l'information de l'Université de Montréal. Elle se situe au carrefour de deux grandes traditions, américaine et française, et a pour ambition de fournir les clés du monde des sciences de l'information en se fondant sur des savoirs pratiques et concrets.

Stratégie marketing des services d'information - Bibliothèques et centres de documentation, avec Florence Muet (Cercle de La Librairie, 2007)

Les bibliothèques et les centres de documentation étaient jusqu'à récemment à l'écart des enjeux économiques fondamentaux. Ils pouvaient proposer leurs services et développer leur savoir-faire dans un contexte parfois difficile, mais simple à décrypter et rarement hostile. Chacun le sait, cette époque est révolue. L'information est aujourd'hui au contraire au centre de l'économie et toutes les activités qui s'y rapportent sont prises dans un mouvement qui déstabilise leurs responsables en déplaçant les repères. Suivant une approche marketing, ce manuel détaille la démarche stratégique indispensable au développement des services d'information, avec le double souci de la précision et de l'opératoire. Une bibliothèque ou un centre de documentation prend des décisions selon ses forces ou faiblesses particulières, en fonction des publics auxquels il s'adresse et dans un environnement en transformation rapide. Il justifie ainsi sa pérennité et assure son développement. Chaque chapitre développe une étape de la phase d'analyse et de diagnostic puis de la phase de stratégie et se conclut par un outil directement transposable sur le terrain. Trois études de cas illustrent en fin de volume la faisabilité et l'intérêt de la méthode. L'adaptation du marketing aux particularités des services d'information est désormais reconnue. Ce livre couronne une réflexion menée depuis plusieurs années par ses auteurs. Bien des outils présentés ici sont originaux. Ils seront utiles aux professionnels soucieux de maîtriser l'évolution de leur structure et aux étudiants. Ils contribueront aux débats sur la place, le rôle et la gestion des services d'information.

Marketing des bibliothèques et des centres de documentation (Cercle de La Librairie, 1998)

Comment imaginer une stratégie pour développer sa bibliothèque ou son centre de documentation ? Le marketing, issu de traditions bien différentes, souvent opposées, est-il un outil pertinent pour orienter les choix de gestion indispensables ? Sans doute, à condition de faire l'effort d'en adapter les méthodes et de se méfier des caricatures brossées par les inconditionnels, partisans ou adversaires de la discipline. Conçu comme un manuel pratique sans jamais tomber dans la facilité de recettes, toutes prêtes mais indigestes, ce livre a une double ambition: - fournir aux professionnels des bibliothèques et de la documentation, et à ceux qui aspirent à le devenir, une première approche critique du marketing ; - participer aux réflexions en cours sur l'adaptation des méthodes de gestion aux activités des services d'information. L'une et l'autre facettes sont d'autant plus indissociables que les méthodes, les pratiques et les structures évoluent rapidement.

Économie et bibliothèques (dir.) (Cercle de La Librairie, 1998)

Est-ce parce qu'on a, en France, inventé le mot « bibliothéconomie » que l'on a oublié que les bibliothèques avaient une économie ? Croisant les apports récents de l'économie publique, de l'économie des services, des réseaux, des organisations et ceux de l'économie de la culture et de l'information, une douzaine d'auteurs français et américains proposent, par touches successives, une présentation renouvelée du modèle bibliothéconomique. Valeur des collections de documents et relation de service aux lecteurs constituent les piliers sur lesquels le raisonnement économique peut se bâtir. La compréhension de l'implication des bibliothèques dans les industries de la culture et de l'information, celle de leur articulation, parfois délicate, avec les autres acteurs, l'évaluation de leur participation à la révolution numérique en cours forment la seconde partie nécessaire de l'analyse. Il faut enfin appréhender sans compromis, mais sans naïveté, leurs missions de service public ou leur insertion dans une organisation. Il devient alors possible d'avancer quelques propositions pour évaluer les services rendus, pour choisir l'achat ou le prêt entre bibliothèques ou encore pour préciser un tarif. Maîtrise des budgets publics, relations avec les éditeurs, dématérialisation des supports, coopération..., les responsables de bibliothèques trouveront dans cet ouvrage un cadre et quelques outils pour orienter leurs réflexions et leurs choix. Les économistes y découvriront un terrain d'études d'une exceptionnelle richesse.