

PAR ANNE-MARIE VAILLANT

Des tweets et des likes en bibliothèque, Enquête sur la présence de quatre bibliothèques de lecture publique sur les réseaux sociaux numériques

Audouard, Marie-Françoise ; Rimaud, Mathilde et Wiart, Louis. Des tweets et des likes en bibliothèque, Enquête sur la présence de quatre bibliothèques de lecture publique sur les réseaux sociaux numériques. Éditions de la Bibliothèque publique d'information. Collection Études et recherche. Paris, 2018



Cet ouvrage, résultat d'une enquête de terrain auprès de quatre établissements menée par des spécialistes du livre et du numérique, s'interroge sur l'investissement des réseaux sociaux par les bibliothèques et sur la façon dont celles-ci assurent leur présence en ligne. Les auteurs, spécialistes de la filière du livre ou de la communication, ont utilisé la méthode de sociologie qualitative des entretiens auprès des professionnels qui

interviennent sur les réseaux sociaux numériques pour évaluer la mobilisation d'outils informels, horizontaux plutôt que verticaux, dans le cadre d'une communication institutionnelle. Les bibliothèques ont une présence croissante sur les réseaux sociaux, car elles se déplacent sur les terrains où se trouvent leurs usagers ; et elles se voient du même coup amenées à adopter les codes de communication qui y règnent.

Les pratiques professionnelles ont intégré la prégnance des réseaux sociaux dans la vie quotidienne des publics, que ce soit pour s'en féliciter, s'en défier ou en faire un outil supplémentaire de communication. Les problématiques sont nombreuses. Certaines sont en lien avec l'univers professionnel des bibliothécaires : il faut s'adapter à la temporalité et au rythme de communication des différentes plateformes ; les agents doivent être autonomes tout en respectant leur position institutionnelle ; ils doivent contrôler le niveau de discours dans l'interaction avec les usagers. D'autres concernent le public : l'enjeu est la construction d'une communauté d'usage autour d'une participation accrue,

informelle et engagée pour une appropriation des services offerts par les bibliothèques.

Pour les établissements, adopter une stratégie éditoriale moins formalisée, « au fil de l'eau », propre aux réseaux sociaux, permet de modifier le mode de communication vers les publics et évite l'écueil de la « communication descendante » et de la verticalité du discours.

Accroître le sentiment d'appartenance à une communauté de pratiques, affirmer une intimité numérique partagée avec les utilisateurs, permet de montrer la bibliothèque autrement en créant un mode de communication participatif. Le fait de montrer les coulisses, d'informer en temps réel et, en règle générale, d'adopter les codes des usagers de la plateforme que l'on utilise renforce la proximité et l'adhésion des publics.

Cet ouvrage s'inscrit dans une réflexion globale autour des évolutions professionnelles et de la redéfinition du métier au quotidien. Si les auteurs pointent la difficulté d'évaluation de ces modèles d'action sur la fédération de nouveaux publics, l'enquête démontre malgré tout une relation approfondie avec les usagers engagés. L'étude met en valeur la nécessité d'adapter sa stratégie de communication en fonction des différentes plateformes tout en conservant une ligne directrice liée à ses propres contraintes et objectifs. Il s'agit d'utiliser les réseaux sociaux sans s'y perdre et de prendre en compte toutes les expériences culturelles des publics, en ligne et hors ligne. Enfin, un point méthodologique donne à voir les différents outils d'évaluation des établissements ainsi que les recommandations des groupes de discussions. Celui-ci permet de confronter, ou d'imaginer, sa propre pratique des réseaux grâce au partage et aux retours d'expérience.