



Marie-Françoise Audouard, Mathilde Rimaud et Louis Wiart

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

Synthèse exécutive

Éditeur : Éditions de la Bibliothèque publique d'information

Lieu d'édition : Paris

Année d'édition : 2017

Date de mise en ligne : 11 décembre 2017

Collection : Études et recherche

ISBN électronique : Études et recherche



<http://books.openedition.org>

Ce document vous est offert par Bibliothèque publique d'information



Référence électronique

AUDOUARD, Marie-Françoise ; RIMAUD, Mathilde ; et WIART, Louis. *Synthèse exécutive* In : *Des tweets et des likes en bibliothèque : Enquête sur la présence de quatre bibliothèques de lecture publique sur les réseaux sociaux numériques* [en ligne]. Paris : Éditions de la Bibliothèque publique d'information, 2017 (généré le 12 décembre 2017). Disponible sur Internet : <<http://books.openedition.org/bibpompidou/2078>>.

Ce document a été généré automatiquement le 12 décembre 2017.

Synthèse exécutive

Objectifs et questions de recherche

- 1 Dans un contexte où les réseaux sociaux numériques (RSN) occupent une place prépondérante dans les pratiques des internautes, les bibliothèques publiques se confrontent de plus en plus à l'opportunité d'y animer une présence. Le recours à ces innovations du web social soulève des enjeux ayant trait aussi bien à l'offre développée qu'à la reconfiguration des liens tissés avec les publics.
- 2 La présence des bibliothèques sur les RSN se construit dans des jeux de tensions : les initiatives individuelles comme les intentions délibérées se confrontent à un ensemble de contraintes liées d'une part au fonctionnement des plateformes (incitations et limites fonctionnelles, évolution du design, etc.) et d'autre part au contexte territorial des équipements (taille de la commune, moyens et équipements, ancienneté de la présence en ligne, etc.).
- 3 Sur la base d'un corpus de bibliothèques actives sur les réseaux sociaux, l'étude propose d'analyser les interactions engagées par les établissements avec leurs publics à travers les plateformes. Plus précisément, la recherche se développe dans trois directions principales : il s'agit de rendre compte des activités entreprises et des stratégies mises en place par les bibliothèques sur les réseaux sociaux, d'appréhender leur impact sur la participation et sur les représentations des publics, et enfin d'interroger la pertinence des indicateurs et des instruments de mesure qui permettent de suivre et d'évaluer l'activité en matière de réseaux.
- 4 Cette recherche propose ainsi d'interroger les choix et les expériences menées par les bibliothèques de lecture publique sur les réseaux sociaux. Dans quelles perspectives les bibliothèques se saisissent-elles des réseaux sociaux ? Comment leur présence est-elle pensée et organisée sur ces plateformes ? Qu'induisent ces initiatives sur la participation et sur les représentations des publics ? Favorisent-elles un renouvellement de l'image et des rapports de l'institution vis-à-vis de ses usagers ?

Méthodologie : une étude qualitative à base d'entretiens approfondis

- 5 La perspective exploratoire dans laquelle s'inscrit l'étude vise à situer les initiatives dans leurs contextes et à faire entendre les spécificités, les difficultés et les contradictions que rencontrent les bibliothèques en se confrontant aux réseaux sociaux. L'enquête s'appuie sur un corpus de quatre bibliothèques de lecture publique – Brest, Louise Michel (située dans le 20^e arrondissement de Paris), Metz et Quimperlé –, dont la présence sur les réseaux sociaux a été jugée suffisamment remarquable et développée pour offrir matière à analyse et pour servir d'exemples concrets. À cet ensemble de structures s'ajoute Gallica, la bibliothèque numérique de la Bibliothèque nationale de France (BnF), dont le statut particulier et l'implication à la fois forte et originale sur les réseaux sociaux en font un objet d'étude à part entière qui est abordé en dehors du corpus proprement dit, sous la forme de focus réguliers proposés dans des encadrés le long du texte.
- 6 La phase d'enquête s'est déroulée durant l'année 2016 et a permis la collecte de plusieurs matériaux empiriques. Pour recueillir des informations sur les institutions du corpus et sur leurs modalités de recours aux réseaux sociaux, une série de 23 entretiens semi-directifs a été conduite auprès des professionnels des bibliothèques en charge de ces questions – *community manager* ou personnel dédié aux réseaux, responsable de la communication, mais aussi direction des établissements et représentants de l'autorité de tutelle. Une partie de l'enquête s'est concentrée sur l'analyse des publications des bibliothèques du corpus sur les réseaux sociaux. À partir d'un choix de plateformes activement investies par les établissements – Facebook, Twitter et YouTube –, nous avons recueilli des données statistiques issues des tableaux de bord des plateformes sociales relatives à l'audience et aux interactions générées par les comptes. Par ailleurs, il a été procédé à la description et à la caractérisation du contenu des publications à partir de l'observation directe de l'activité sur les comptes, fixée par des captures d'écran permettant l'extraction des publications (posts, tweets, commentaires, etc.) pour constituer une base d'archives stabilisée. L'étude visait également à appréhender le public auquel l'offre proposée sur les réseaux sociaux est destinée. Un volet de l'enquête a en effet consisté à mener 19 entretiens semi-directifs, principalement auprès d'utilisateurs d'établissements appartenant au corpus, articulés autour de l'utilisation des réseaux sociaux dans le cadre de leurs pratiques des bibliothèques. Le point de vue des publics a été enrichi grâce à deux groupes de discussion permettant à d'autres catégories d'acteurs – booktubers d'une part, professionnels et experts du livre d'autre part – d'aborder la question des usages des réseaux sociaux dans le domaine circonscrit de la lecture et de la littérature.

Principaux résultats

Une communication moins institutionnelle mais qui reste descendante

- 7 C'est dans une démarche de communication que les bibliothèques de l'étude animent une présence sur les réseaux sociaux. Cette communication est principalement centrée sur les établissements, leurs services et leurs actualités, et constitue un point d'entrée vers une

diversité de contenus (photos, vidéos, articles, etc.). Subsidiairement, certains réseaux sociaux sont utilisés comme des canaux de veille et de communication vers le public des professionnels.

- 8 Plusieurs plateformes sont investies conjointement par les établissements, qui misent à la fois sur une démultiplication de leur présence numérique (portail, blog, comptes sociaux multiples) et sur une centralisation des contenus et des informations au sein des réseaux sociaux généralistes (Facebook, Twitter).
- 9 Les bibliothèques du corpus développent volontiers une communication de personne, articulée autour des individus et du quotidien de l'établissement. C'est précisément la mise en scène de la vie de la bibliothèque et son dévoilement au jour le jour qui suscitent le plus d'intérêt et de réactions de la part des internautes. L'accent est mis sur la légèreté, la familiarité et l'humour, dans une démarche qui induit une interactivité et une proximité avec les publics.
- 10 Dans une perspective de communication descendante comparable aux médias de masse, les réseaux sociaux permettent ainsi aux bibliothèques de desserrer les contraintes institutionnelles de leur discours tout en maintenant le contrôle de leur identité numérique.
- 11 En dépit de ce positionnement, la mobilisation du public et la participation en ligne restent relativement modestes. Les comptes sociaux semblent finalement moins fonctionner selon un modèle d'échange multidirectionnel entre les interlocuteurs en présence que comme des outils de communication en direction des internautes, sans que les bibliothèques ne cherchent véritablement à s'en servir pour faire remonter des informations et mieux connaître leurs publics.
- 12 Corrélativement, l'évaluation des effets de cette présence en ligne constitue un angle mort de la stratégie des bibliothèques. Les établissements du corpus utilisent inégalement les indicateurs de mesure disponibles sur les plateformes et ne s'appuient pas non plus sur d'autres méthodes ou instruments pour comprendre les retombées de leurs actions. Les réseaux sociaux apparaissent moins comme une source de connaissance des publics que comme un moyen de se faire connaître auprès d'eux.

Des pratiques professionnelles plus autonomes, moins hiérarchiques

- 13 L'utilisation des réseaux sociaux a eu des retentissements sur les métiers et sur l'organisation du travail des équipes au sein des établissements. Dans un premier temps, celui des « pionniers », l'expérimentation et la montée en puissance de ces nouveaux médias ont été portées par des équipes très réduites et motivées qui ont su bénéficier de l'ignorance ou de la neutralité bienveillante de leur direction et des tutelles. Ces riches heures des débuts ont cependant marqué assez vite leurs limites, laissant apparaître un réel risque d'essoufflement des équipes face à l'ensemble des autres personnels des établissements.
- 14 La nécessité de mobiliser les agents au sein d'un collectif organisé apparaît aujourd'hui évidente à tous comme un enjeu de pérennisation de la présence sur les réseaux sociaux. Pour être présentes et vivantes sur la palette des différents réseaux, les bibliothèques doivent à la fois maintenir un groupe décisionnaire en matière de stratégie et dessiner des procédures souples, mais partagées potentiellement avec l'ensemble des personnels

en charge de la vie des bibliothèques. Cette mobilisation ne va pas sans difficulté, notamment dans les plus gros établissements en réseau, et demande, de la part du collectif initial, souplesse, pédagogie et diplomatie. En revanche, la réussite de ce travail collectif semble s'accompagner d'un renforcement de la cohésion des équipes.

- 15 Le principe d'un travail autonome, sans structuration formelle, n'est cependant pas remis en question : la communication par les réseaux sociaux induit un changement profond dans les rapports hiérarchiques au sein des établissements. La réactivité qu'appellent les réseaux interdit tout contrôle *a priori* des contenus. Cette marche vers l'autonomie dans la gestion des plateformes va de pair avec deux évolutions corollaires. Une première évolution est celle des moyens, notamment la nécessité de s'équiper en matériel (appareil photo, caméscope, logiciel de montage, etc.). Le décalage des moyens et des besoins crée dans certains établissements des situations inconfortables (utilisation de ressources gratuites, d'outils personnels, faiblesse du débit Wi-Fi, etc.). Par ailleurs, une indispensable évolution des compétences au sein des équipes se fait jour : maîtriser le montage vidéo, utiliser en connaissance de cause les codes des différents réseaux, analyser les statistiques des plateformes, etc. Alors que le recours à la formation entre collègues ou à l'autoformation reste jusqu'à présent prépondérant, le constat est globalement partagé : pour susciter de l'appétence et développer l'efficacité des équipes, il semble nécessaire de les professionnaliser. Cette professionnalisation est aujourd'hui en cours.

Peu de nouvelles conquêtes, mais une relation approfondie avec les publics acquis

- 16 Les établissements de notre corpus fédèrent principalement sur les réseaux sociaux des communautés proches d'eux d'un point de vue géographique et affinitaire. Car les abonnés ou les fans sont pour partie issus des usagers réguliers et fréquentant les établissements étudiés, pour partie issus de la communauté professionnelle des bibliothèques et plus largement des métiers du livre (éditeurs, organisateur de manifestations littéraires, auteurs, libraires).
- 17 Pour les premiers – les usagers réguliers –, les réseaux sociaux se sont révélés dans cette étude un outil de renforcement de la relation. Pour cette catégorie de public, suivre sa bibliothèque en ligne est perçu comme une évidence et les réseaux sociaux apparaissent comme un canal d'information à part entière sur son établissement. La plupart du temps, les usagers en font un usage monoplateforme et suivent la bibliothèque sur leur réseau privilégié. Marque d'un lien fort et affectif avec leur bibliothèque, le discours des usagers fans est presque militant, animé par la conviction que les réseaux sociaux participent d'une dissémination culturelle et de la défense des bibliothèques.
- 18 Le public des professionnels apparaît quant à lui fortement engagé, et dans le métier et dans les réseaux sociaux perçus comme un moyen d'enrichissement de leurs pratiques professionnelles.
- 19 Les principaux objectifs assignés par les bibliothèques dans leur stratégie sur les réseaux sociaux semblent atteints : informer le public et susciter des réactions, dés-institutionnaliser la bibliothèque, toucher certaines communautés actives, partager des expériences. Qui plus est, les usagers des bibliothèques voient dans les réseaux sociaux un moyen de défendre et d'illustrer les établissements de lecture publique.

- 20 La réception et l'appropriation de la communication par les publics débordent donc les attentes et les motivations des bibliothécaires et montrent combien des perspectives de prolongement, d'inflexion, voire de détournement, se font jour et dépassent les stratégies mises en œuvre par les établissements sur les réseaux sociaux.