

Communiquer en BU à l'ère des réseaux sociaux numériques

Anecdotique il y a quelques années encore, la communication sur les réseaux sociaux numériques (RSN) a gagné en légitimité et en importance au sein des bibliothèques académiques, tout en s'efforçant de répondre aux attentes des multiples publics qui les fréquentent (ou pas).

Bibliothèques et RSN : culture du patrimoine contre culte de l'instantané ? Actualiser ses horaires sur Facebook, tweeter un GIF créé spécialement pour la #JournéeInternationaleDuGIF, partager en direct une story sur Instagram, relayer une information scientifique en publiant un post attractif. Il y a peu, ces pratiques étaient rares pour ne pas dire absentes de la communication des bibliothèques académiques. Aujourd'hui, nombreuses sont celles à les avoir intégrées, à des degrés divers et non sans mal parfois. Le numérique étant devenu incontournable dans la socialisation des étudiants et de leurs enseignants-chercheurs, la présence des bibliothèques universitaires sur les RSN pose des questions quant au positionnement de ces institutions, tantôt considérées en leur nom propre, tantôt immédiatement ramenées à leur université et aux missions de soutien afférentes. Dans cette perspective, comment les BU existent-elles au sein du monde des RSN face à et avec leur établissement de tutelle ?

GARDER CONTACT : ÊTRE LÀ OÙ « ILS » SONT

Faut-il présenter les RSN actuels, au risque de se soumettre à une obsolescence pas plus programmée qu'inévitable ? Si Facebook, Twitter, YouTube, Instagram & Co. semblent être indétrônaux aujourd'hui, comment ne pas se remémorer

le destin de MySpace, central dans les années 2000 et maintenant moribond ?

Contrairement à certaines idées reçues tenaces, les RSN ne sont réservés ni aux « jeunes », ni à la seule sphère des loisirs. La généralisation des accès à Internet (haut débit, hot spots, smartphones, etc.), la prolifération des objets connectés et l'omniprésence des nouvelles technologies dans le quotidien de chacun font des RSN de véritables outils de diffusion de l'information à même de toucher des publics larges et variés. « Être là où ils sont » est une injonction en passe de devenir une mission de service public. Les BU ont longtemps considéré que leurs publics étaient « captifs », fidèles par manque d'alternatives. Mais à l'heure de la documentation numérique, les tiers-lieux¹ – commerciaux ou non – se multiplient et concurrencent leur fréquentation. De même, l'utilisation répandue de groupes sur les RSN conduit à un investissement « sérieux » d'espaces virtuels, volontiers réduits à leurs dimensions ludiques et inconséquentes.

En investissant le web social, la bibliothèque développe son accessibilité, abolissant en partie les frontières symboliques qui, pour certains, l'entourent. Y dévoilant son « extimité »², elle se rend amicale, rejoignant le cercle restreint de la familiarité, tout en conservant son titre et affirmant son identité. Pour être fréquentable, la bibliothèque se doit-elle de descendre de son piédestal ? Enquêtes et recueils d'avis qualitatifs tendent à prouver que les bibliothèques sont des lieux appréciés et leurs personnels reconnus pour leur expertise et la qualité de leur accueil. En revanche, elles se révèlent être des espaces codés, « cotés », que les visites hâtives des étudiants de L1 – quand elles ont lieu – ne permettent pas toujours d'appréhender autrement que comme un espace contraint de travail. La présence sur les RSN prolonge l'expérience que les usagers peuvent avoir de la bibliothèque – qu'ils s'y soient ou non rendu. Faut-il encore qu'ils en connaissent l'existence !

D'UN RÉSEAU À L'AUTRE, UNE POLITIQUE DES CONTENUS

Les RSN sont foncièrement générationnels. Nos publics, étudiants, enseignants ne les utilisent pas tous de la même manière. Il est donc capital de repérer ceux sur lesquels ils sont les plus actifs et où

[1] Servet, Mathilde. 2010. « Les bibliothèques troisième lieu : une nouvelle génération d'établissements culturels ». BBF. 4 : 10. <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2010-04-0057-001>

[2] Paveau, Marie-Anne. 2015. [Dictionnaire] Extimité. Dans : Technologies discursives. <https://technodiscours.hypotheses.org/748>



les bibliothèques gagne(raie)nt à s'exprimer. Jongler entre ces réseaux implique d'établir une stratégie qui s'appuie sur leur diversité et les potentialités de chacun.

Afin d'éviter les manipulations chronophages, des outils de management des RSN (Hootsuite, Buffer) proposent de publier en un clic un *post* sur tous les comptes reliés... Faut-il s'en contenter? Tout ne se publie pas partout, et on ne publie pas tout de la même manière. Les attentes des usagers varient selon les RSN – leur attention et leurs centres d'intérêt également. Un long article sur la politique documentaire ne trouvera pas sa place sur Facebook, Twitter ou Instagram, tandis qu'un GIF haut en couleur sur le site institutionnel pourrait donner l'impression que le SCD manque de sérieux. Chaque RSN fonctionne avec ses règles, sa communauté, ses pratiques, ses rituels et son langage, autant d'aspects qu'il s'agit d'assimiler et d'exploiter pour toucher son audience. Disposant de comptes sur Twitter, YouTube, Pinterest, Flickr et Slideshare, le SCD de l'Université de Caen spécialise ses contenus en fonction du réseau³. Identifier ses cibles pour trouver le ton approprié puis s'y tenir et alimenter régulièrement ses RSN sont des prérequis primordiaux.

Au centre de toute stratégie de présence sur les RSN, le marketing des bibliothèques – à savoir la valorisation des services et contenus proposés – occupe une part importante de la communication, sans s'y réduire. « Remixer » le patrimoine documentaire est devenu monnaie courante – et plaît le plus souvent. Les propositions diffèrent selon les établissements. Certains ont opté dès le début pour la mise en valeur d'une veille – ainsi, le compte Twitter @bsaLille3⁴ diffuse « l'actualité de l'Antiquité par la Bibliothèque des sciences de l'Antiquité - Université de Lille ». Le bibliothécaire, communément responsable de la mise à disposition des documents et de leur description, devient ici documentaliste, voire agent *non-commercial*, prospectant auprès de ses *followers*, apte à susciter l'envie tout en démontrant l'intérêt d'une ressource en quelques mots.

Dans cette logique de dissémination des savoirs, les RSN ont une place toute naturelle. Alors que les bibliothèques s'engagent dans la lutte contre les *fake news* et autres informations erronées en tout genre, l'investissement du terrain des RSN représente une opportunité majeure de revendiquer l'importance des compétences des professionnels de l'information et de la documentation.

DES BIBLIOTHÈQUES COMMUNICANTES AU BIBLIOTHÉCAIRE SOCIAL MEDIATEUR

Au-delà de la seule dimension informationnelle, l'aspect social des RSN devrait être prépondérant quand il s'agit pour une bibliothèque d'y exister. Or, cette dimension sociale ne s'obtient qu'après de longs efforts, rarement couronnés de succès... Faut-il

alors que les bibliothèques abandonnent l'espoir de tisser du lien *via* les RSN? Même décevantes, les occasions d'échanger et de faire participer leurs publics sont essentielles et signent leur volonté d'être bien plus que des entrepôts de livres et revues. Pour sortir de cette vision réductrice, la communication *via* les RSN ne saurait être un service indépendant. Elle repose avant tout sur des contenus de qualité qu'il faut, en amont, préparer. Il s'agit en cela d'une activité transversale qui mobilise dans les bibliothèques (contribution des collègues selon leurs spécialités) et au-delà (universités, institutions en lien, etc.). Cette communication, dont certains établissements ont bien saisi l'importance, pèse dans la réussite des missions confiées aux services. Travailler de concert avec les services de communication des universités est, sur ce point, crucial : le succès de la communication des BU dépend en partie de cette synergie entre plusieurs services complémentaires. Par extension, les pratiques de réciprocité entre organismes similaires (autres BU), complémentaires (bibliothèques municipales, archives, BnF), locaux (collectivités, associations, etc.) ou liés (ministère) s'insèrent dans le projet initial de réseautage.

Communiquer, c'est aussi s'exprimer et témoigner de sa vitalité. Faire l'économie d'une communication populaire et accessible au plus grand nombre, c'est s'interdire en retour de faire rayonner son établissement tout en renonçant à assurer une médiation que nous nous efforçons, dans nos bibliothèques respectives, de conduire en se plaçant aux côtés des usagers. Prolongeant la réflexion au sujet de l'expérience utilisateur (UX), le soin accordé à leur communication sur les RSN peut être révélateur,

[3] Voir dans ce numéro : « Construire sa présence sur les réseaux sociaux : l'exemple du SCD de l'université Caen Normandie (UNICAEN) », P. 12-13.

[4] <https://twitter.com/bsaLille3>

➔ Lutter contre les *fake news*, un engagement majeur pour les bibliothèques. Frederick Burr Oppen, 1894



Library of Congress (Domaine public)

nous en faisons le pari, de la capacité des services de documentation à partager et promouvoir leurs ressources aussi bien documentaires que pratiques ou humaines. Le bibliothécaire *social mediateur* devient alors l'ambassadeur d'une bibliothèque qui (se) partage, sur les RSN comme « dans la vraie vie ». ● ● ●

DES COMPÉTENCES NOUVELLES POUR UN MÉTIER QUI ÉVOLUE

L'animation des RSN en tant qu'activité professionnelle à part entière reste secondaire pour de nombreux responsables d'entreprises et d'institutions publiques, d'autant plus quand est évoqué la possibilité d'y dédier des postes. Or, faire vivre ses RSN et assurer une communication de qualité requiert des professionnels spécialisés, ou du moins des personnes compétentes. Dans ce domaine, on compte autant de cas de figure que de services de documentation : tantôt centralisée et structurée, tantôt développée sur un modèle collaboratif et participatif, la communication des BU sur les RSN est le reflet des transformations de la profession. Même s'ils ne sont pas tous issus des métiers du livre, les bibliothécaires ayant suivi un cursus en communication au cours de leur formation initiale sont rares. L'animation de communautés s'apprend alors au fil du temps, apprentissage renforcé par des formations continues – quand elles existent. De ce fait, les interventions sur les RSN, aussi nécessaires et attendues soient elles, ne sont pas exemptes de petites erreurs. Il faut renforcer les moyens alloués à la communication des établissements documentaires afin qu'ils puissent proposer une vitrine mettant en lumière leurs richesses aussi bien en termes de documents que de services. Quand toute campagne de promotion et de communication efficace s'établit dans la durée, il est regrettable que de nombreux établissements ne soient pas en mesure de consacrer les budgets appropriés pour assurer une fonction d'information et de valorisation bénéfique aux autres missions des bibliothèques de l'ESR.

Le développement d'identités numériques propres aux bibliothèques est aujourd'hui une condition de leur désirabilité. Présentes sur les RSN, les bibliothèques universitaires assument un rôle, se racontent au jour le jour, s'accordant la possibilité d'exister au-delà de leurs missions techniques et pédagogiques. Loin de n'assurer que la gestion documentaire, elles sont associées aussi bien à la recherche qu'à la formation et occupent, à ce titre, une place privilégiée dans l'entourage du chercheur et de l'étudiant. À même de former les (jeunes) chercheurs sur l'importance d'une identité numérique, les services de documentation gagnent eux aussi – quand ce n'est pas déjà le cas – à en endosser une : la reconnaissance de leur travail passe aussi par là...

Alors que la législation européenne, RGPD⁶ en tête, souligne l'importance des données qui transitent sur les RSN, on peut s'interroger sur le rôle du bibliothécaire qui administre les comptes de son établissement. En effet, la présence des bibliothèques sur les RSN s'assortit de l'acceptation de conditions d'utilisation qu'il ne maîtrise pas : sur ce plan, le bibliothécaire reste un utilisateur parmi les autres. Quand il administre une page, il est un professionnel disposant de données (liste des *followers*, données accessibles aux seuls abonnés, etc.) dont il lui incombe de ne pas faire une

utilisation illégale. L'administration des RSN, avec ses subtilités, ressemble alors peu ou prou à celle d'un système de gestion traditionnel.

(MAL)HEURS DES BIBLIOTHÈQUES ACADÉMIQUES SUR LES RSN

Assurer une communication d'établissement *via* des canaux qui ne sont pas ceux de l'institution implique d'adapter la forme de son discours. Il ne s'agit pas simplement de déplacer la communication institutionnelle – et les raisons qui poussent les publics à la délaisser – sur les RSN. Intégrer le monde des RSN demande ainsi quelques efforts (et de la vigilance) pour fédérer plutôt qu'impressionner... voire repousser ! Les stratégies sont multiples : humour, complicité, bienveillance, empathie – mais aussi, quand il le faut, une expression claire, succincte et sans ambiguïté. L'animation de communautés virtuelles exige donc une pratique des différents niveaux de langage mais aussi des moyens actuels de communiquer : image, son, vidéo, GIF, etc. deviennent des outils d'information et d'échange.

À l'heure de l'évaluation, le bilan chiffré des RSN reste modeste. Malgré tous les talents, le travail et l'investissement, il est rare que les BU fassent le « buzz » et, plus dommageable encore, qu'elles touchent une très large partie de leurs publics potentiels. Même si les taux d'engagement⁷ restent faibles, celles et ceux qui animent ces RSN ne doivent pas se décourager : le nombre d'interactions enregistrées est une chose, la présence et ce qu'elle représente en est une autre. Si les relations entre les publics et les établissements documentaires demeurent verticales, notamment avec les publics étudiants, la présence des bibliothèques sur les RSN est, généralement, attendue et bien accueillie. La communication *via* les RSN reste descendante et tend davantage à promouvoir son établissement qu'à se mettre en relation avec ses publics. Si elle ne peut être l'activité d'un membre isolé de l'équipe, elle exige toutefois des compétences préalables – du moins pour ce qui est de la stratégie et de la structuration d'ensemble. Enfin, l'aspect communautaire ne s'observe que rarement : en général, les attentes sont prioritairement informationnelles et culturelles, les usages conversationnels et sociaux restant marginaux. Question : que font les bibliothèques universitaires sur les RSN en 2018 ? Réponse : elles remplissent leurs missions, à savoir accueillir les publics, les informer, leur communiquer des documents, participer à la recherche, les former, tout cela sous des formes spécifiques (photographies, images, vidéo, *posts*) et par des voies qui se dérobent à la communication institutionnelle.

BENJAMIN SARCY

Bibliothèque universitaire Lettres Sciences humaines
Bordeaux Montaigne
Pôle documentaire humanités
benjamin.sarcy@u-bordeaux-montaigne.fr

[6] Règlement général sur la protection des données.

[7] Statistique couramment utilisée pour une évaluation rapide de la portée des publications sur les RSN, le taux d'engagement met en rapport le nombre total d'interactions obtenues (*likes*, *retweets*, etc.) avec l'audience des publications.