

RÉSEAUX SOCIAUX : LESQUELS CHOISIR ET COMMENT LES UTILISER ?



LE BIBLIOPÔLE
Décembre 2020

59% de la population française est présente sur les réseaux sociaux. Ce seul chiffre témoigne de leur impact sur notre quotidien et de l'intérêt qu'entreprises et organismes peuvent y trouver.

En effet, les réseaux sociaux permettent de toucher un **public large et varié** et contrairement aux idées reçues, ils ne sont pas utilisés seulement par les jeunes. Une enquête réalisée par Comscore¹ a révélé que Facebook et Twitter (les deux réseaux sociaux rassemblant le plus d'utilisateurs) sont autant utilisés par les 25-34 ans que par les 35-44 ans.

Utilisés à bon escient, force est de constater que les réseaux sociaux peuvent ne pas être de simples gadgets des temps modernes, mais bel et bien de véritables outils de communication pour les bibliothèques. Ils permettent alors d'intégrer la bibliothèque dans une démarche de **bibliothèque participative**, ouverte sur l'extérieur et d'aller à la rencontre de l'utilisateur.

¹ Comscore : Entreprise privée spécialisée dans les enquêtes publicitaires

I. LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR...

- **Communiquer** : informations pratiques, nouveautés, événements, animations, services, équipe, etc.
- **Valoriser la structure** : collections, nouveautés, services proposés, etc.
- **Donner une autre image de la bibliothèque** : moderne, dynamique, équipe accueillante, services innovants, etc.
- **Faire de la veille** : sur l'actualité, sur les nouveautés littéraires/musicales/ cinématographiques/etc. et sur divers événements (locaux ou nationaux)
- **Faire de la médiation** : informer, sensibiliser, faire connaître, communiquer ; et en parallèle se renseigner sur les goûts et pratiques de ses usagers
- **Mettre en avant l'expertise des bibliothécaires** : coups de cœur, conseils lecture, service de questions/réponses (FAQ)
- **Mettre en avant les usagers** : entrer dans l'essence même de la bibliothèque participative en valorisant leur goût et leur expertise
- **Créer une communauté** : aller au-delà de la fonction informative et permettre l'échange entre les usagers, les intéresser, les amuser et les faire réagir aux publications.

Pour pouvoir mettre en place ces stratégies, il faut tout d'abord maîtriser les outils. **Les réseaux sociaux changeant rapidement**, il faut savoir réagir et s'adapter. Avoir un compte ne suffit pas, il faut **l'alimenter régulièrement** ou c'est l'inverse de l'effet escompté sur l'image de la bibliothèque qui risque de se produire.

II. CHOISIR SON ÉCOSYSTÈME NUMÉRIQUE ET L'ORGANISER

Participer à un réseau social n'est pas neutre en terme de communication. En tant que bibliothèque, vous devrez donc en informer votre tutelle et la convaincre. Vous devrez aussi réussir à mobiliser votre équipe ou vos collègues :

- **Convaincre sa tutelle** : démontrer l'importance d'une présence sur les réseaux sociaux pour l'image de la bibliothèque (entrée dans l'ère du numérique et appropriation des codes employés par les usagers du web d'aujourd'hui)

- **Mobiliser ses collègues** : expliciter l'intérêt pour les usagers de la bibliothèque ; expliquer que l'utilisation des réseaux sociaux dans la bibliothèque devra être collective ; éventuellement mettre en place un « comité de rédaction » et nommer une (ou plusieurs) personne(s) ressource(s), en charge de la mise en forme et de la publication, ce qui permettra une cohérence plus importante

Par ailleurs, être présent sur de nombreux réseaux sociaux peut être extrêmement chronophage. Il faut donc bien les choisir en fonction de ses objectifs et de l'identité numérique que l'on veut donner à sa bibliothèque.

Cette identité numérique sera constituée de 5 composantes essentielles :

- Un pseudo
- Un avatar ou un logo
- Une ligne directrice qui précise les contenus qui seront publiés
- Une politique de modération
- Une ligne éditoriale

Ainsi, les questions que vous devrez vous poser avant de débiter seront les suivantes :

Pourquoi ? Fixez des objectifs

Pour qui ? Ciblez des publics

Lequel ou lesquels ? Retenez les réseaux sociaux qui vous semblent les plus adaptés

Quoi ? Envisagez différents types de contenus (textes et illustrations)

Comment ? Composez une charte éditoriale et graphique

Quand ? Préparez un calendrier des publications

Qui ? Attribuez le rôle de chacun et désignez le responsable de validation avant publication



Miss Média est l'interlocutrice des usagers sur les réseaux sociaux de la BM de Metz

Concernant Facebook, Twitter ou Instagram, les trois réseaux sociaux les plus utilisés, leur intérêt sera différent en fonction de vos objectifs. Ils pourront être complémentaires.



- **FACEBOOK** : La diffusion y est plus large puisque cette plateforme compte le plus d'utilisateurs. Ceux-ci sont de tout âge : 10% d'entre eux ont plus de 65 ans.

> Privilégiez le partage d'informations et la promotion d'événements. Il est également possible de créer des groupes en fonction des intérêts.



- **INSTAGRAM** : Le public y est plus jeune que sur Facebook. Attention, ce réseau social est davantage une application pour smartphone ou tablette, puisque son principe repose sur le partage instantané de photos et de vidéos.

> Le but est de « capturer et partager l'instant » ; vous pouvez l'utiliser comme un journal de bord photographique et partager, au quotidien, petits et grands événements.



- **TWITTER** : Le public y est également légèrement plus jeune que sur Facebook. Le principe de Twitter est de partager des informations, états d'esprit ou pensées très courtes. Les publications, appelées « tweets » sont limitées à 280 caractères. Les « retweets » permettent de partager instantanément des tweets publiés par d'autres utilisateurs.

> Ce réseau social est idéal pour communiquer directement avec vos usagers. En parallèle, vous pouvez informer sur les événements à venir ou simplement partager des moments de vie de la bibliothèque.

@, #, likes : trois fonctionnalités importantes :

- **@pseudo** : système d'interpellation ciblée permettant de réagir et répondre à d'autres publications.
- **#QuelqueChose** : système de « création » de mots clés permettant de lier son message à un sujet partagé par d'autres utilisateurs (ex : #GameOfThrones). [Le dièse est à lire « hashtag »]. Les hashtags accroissent la visibilité.
- **Likes (cœurs)** : système de réaction des utilisateurs pour signaler qu'on a aimé.

III. QUAND ET COMMENT ÉCRIRE SUR LES RÉSEAUX ?



Important : le calendrier des publications.

Dans la mesure du possible, essayez de publier du contenu sur vos réseaux à **heures régulières**. Créez des rendez-vous hebdomadaires ou quotidiens sur chacun ; cela permettra d'atteindre une **audience régulière et des réactions fréquentes** et également de **mieux vous organiser** au sein de l'équipe. Le calendrier n'est en aucun cas figé, il peut être modifié à n'importe quel moment selon les événements et l'actualité.

Les réseaux sociaux fonctionnent sur l'utilisation d'un langage et d'un vocabulaire propre à internet, qui s'éloigne du langage courant et encore plus du langage institutionnel. L'idée est de rester simple sans dénaturer, ni être simpliste.

Il faut garder en mémoire que pour les gens, les réseaux sociaux permettent avant tout de **s'informer**, de **se distraire** et de **contacter des amis**. S'ils s'abonnent à l'un de vos réseaux sociaux, c'est qu'ils attendent un petit quelque chose en plus ; sinon ils se contenteraient de visiter le site Internet de votre bibliothèque.

Quelques conseils pour rédiger et publier :



GARDEZ UN TON DÉCONTRACTÉ

Évitez les phrases trop longues et alambiquées.

Brisez quelques règles orthographiques : ponctuation sur-employée ou supprimée ; mots remplacés par des émojis, etc.

L'utilisation de majuscules n'est pas impolie sur les réseaux



FAITES SIMPLE ET COURT

Essayez de ne pas utiliser tous les caractères d'écriture à votre disposition.

Utilisez émojis, images, vidéos, GIF ; tout ce qu'il faut pour illustrer et alléger le texte.



POUSSEZ À AGIR

Donnez des instructions / rendez-vous.

Posez une question courte.

Gardez un ton enjoué : en étant enthousiaste, inspirant et positif, vos abonnés sur les réseaux seront incités à vous répondre.



CRÉEZ DU LIEN

Utilisez des pronoms (nous, je, vous).

Essayez de prendre un moment pour discuter et répondre aux questions des usagers.

Rendez vous aussi accessible virtuellement que dans la bibliothèque.

Quelques atouts à mobiliser :

- **Maitrise des règles et des codes d'écriture sur les réseaux** : employez la forme, le ton et le rythme de publication en fonction des réseaux ; ne surtout pas omettre l'utilisation de contenus multimédias (photos, GIF, images, sons, vidéos, etc.)
- **Constitution d'une veille sur ces réseaux** : proposez du contenu pertinent grâce à la veille
- **Réactivité** : jouez sur le participatif et l'instantané pour créer du lien et des rendez-vous ponctuels ; être attrayant et donner envie de participer
- **Gestion des contenus indésirables** : surveiller et, le cas échéant, retirez les propos ou contenus déplacés, vulgaires et/ou stigmatisant
- **Adaptabilité** : jouez le jeu du réseau. « likez », « partagez » et « retweetez » autant que possible (en veillant cependant à faire des choix pertinents).



À savoir !

Les utilisateurs sont souvent friands d'anecdotes. Utilisez votre réseau social pour montrer les coulisses de votre bibliothèque, les moments d'animation et de convivialité avec les usagers.

Ressources :

<https://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/65016-reseaux-sociaux-en-bibliotheques-evolution-d-une-profession-evolution-des-formations.pdf>

<https://bibliomnivoressite.wordpress.com/2019/02/03/bibliotheques-et-reseaux-sociaux/>

Des tweets et des likes en bibliothèque : enquête sur la présence de quatre bibliothèques de lecture publique sur les réseaux sociaux numériques / Marie-Françoise Audouard, Mathilde Rimaud et Louis Wiart. ENSSIB, 2018.

Outils du web participatif en bibliothèque / Sous la direction de Franck Queyraud et Jacques Sauteron. ABF, 2013.

Le BiblioPôle
ZI La Croix Cadeau
5, rue Paul Langevin
49240 AVRILLÉ
Tél. : 02 41 33 03 20

<https://bibliopole.maine-et-loire.fr>