

1. Record Nr.	UNINA9910495745703321
Autore	Audouard Marie-Françoise
Titolo	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, Louis Wiar
Pubbl/distr/stampa	Paris, : Éditions de la Bibliothèque publique d'information, 2017 Paris : , : Éditions de la Bibliothèque publique d'information, , 2017
ISBN	2-84246-231-9
Altri autori (Persone)	RimaudMathilde WiarLouis BoullierDominique EvansChristophe
Soggetti	Online social networks - Library applications - France Libraries and the Internet - France Libraries - Public relations - France
Lingua di pubblicazione	Francese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Sommario/riassunto	Être sur les réseaux sociaux, pour une institution culturelle, ce serait être là où se trouvent les usagers... Si, depuis une dizaine d'années, les bibliothèques investissent le web social, comment qualifier au juste leur « présence » ? Pour le savoir, faut-il se tourner vers les métriques quantitatives que mettent à disposition les plateformes sociales ? Faut-il s'attacher aux stratégies numériques que mettent en place les bibliothécaires ? Faut-il enquêter auprès des publics ? Des internautes ? Des inscrits ? Sans doute ces trois approches méritaient elles d'être explorées tant les contraintes se révèlent nombreuses : l'évolution en continu des plateformes sociales rend délicate la seule évaluation quantitative ; les ancrages territoriaux des établissements pèsent d'une autre manière sur les initiatives entreprises auprès des internautes ; la simplicité du Like, en même temps qu'elle banalise les signes de complicité, est surinvestie par ceux qui se connaissent et s'apprécient

déjà. Sur la base d'un corpus de quatre établissements de lecture publique actifs sur les réseaux sociaux (réseaux de Brest et de Metz, médiathèque de Quimperlé et de Louise-Michel à Paris), l'étude Des tweets et des likes en bibliothèque, issue d'une enquête (notamment à base d'entretiens) menée en 2016, propose un bilan en trois volets : les réseaux sociaux numériques permettent aux bibliothèques d'établir une communication moins institutionnelle mais toujours descendante avec leurs publics ; ils instituent des modes de travail plus autonomes et moins hiérarchiques ; ils révèlent une communauté d'utilisateurs très concernés par leur bibliothèque, qu'ils entendent défendre et protéger. Par leur investissement, ces utilisateurs convaincus rappellent les « ambassadeurs de marque », tels qu'ils existent dans certains secteurs marchands : ils sont « là », par eux-mêmes, sans avoir besoin d'être sollicités, séduits ou investis d'une quelconque mission par les établissements qu'ils décident de suivre.
