Association
des Bibliothécaires
de France

A quoi peut bien servir un réseau social en bibliothèque ? L'exemple de Facebook

Date de publication : 06/01/2010

« 350 millions de membres, et vous… ? » Autrefois, la bibliothèque accueillait des lecteurs, ils sont devenus des usagers. Aura-t-elle bientôt des amis, voire – à l'image des clubs de football et des groupes de rock – des fans ? Certaines ont déjà tenté l'expérience. Pourquoi, comment ?

J'ai 800 amis sur Facebook ! Ce qui nous gêne, ce qui revient comme une antienne dès que nous parlons d'un réseau social sur Internet, c'est le nombre d'amis que nous pouvons avoir. Car, sûr, dans la vraie vie, donc non-virtuelle, nous avons un, deux, voire une dizaine d'amis au maximum… Avoir un profil avec des centaines ou des milliers « d'amis » nous pose problème en tant qu'individu et en tant que bibliothécaire. En fait, ce terme d'amis est mal choisi. On devrait parler plutôt parler de liens… qui nous rapprochent. C'est d'ailleurs, en sociologie, un des éléments de la définition d'un réseau social

Le social networking (réseautage social en ligne) est apparu dès 1995 mais c'est à partir de 2003 qu'il s'est développé avec le site Friendster aux Etats-Unis « qui proposait une nouvelle approche de la rencontre en ligne, largement inspirée de la théorie de Stanley Milgram, selon laquelle il existerait six degrés de séparation au maximum entre chaque personne dans le monde ». Comme l'explique Fred Cavazza sur son blog, « les médias sociaux sont donc des outils et services permettant à des individus de s'exprimer (et donc d'exister) en ligne dans le but de se rencontrer et de partager » Né, il y a cinq ans, FB a d'abord été un réseau social fermé, le « copain d'avant » des étudiants de Harvard. Depuis, Facebook a dépassé les 350 millions d'utilisateurs dans le monde

Quelles utilisations ?

On peut envisager l'utilisation et l'animation d'un réseau social à la manière du lieu bibliothèque (voir le billet si pertinent de Cécile Arènes) : agora publique, mais ici, numérique où se révèle une certaine part de l'intime d'un individu, pour rester en phase avec le thème de ce numéro, même si la grande comédie des masques sociaux n'est pas à sous-estimer (anonymat, pseudonymes, mythomanie, etc.) Pour le monde des bibliothèques, on pourrait distinguer deux utilisations majeures d'un réseau social : une utilisation personnelle et/ou professionnelle du bibliothécaire affirmant son « identité numérique » et une utilisation plus institutionnelle qui permet à l'établissement d'aller là où sont certains de ces publics.

Se créer un profil

Avant de détailler les usages, rappelons un fait important. Vous devez vous inscrire pour voir et participer. On créé d'abord un profil personnel où l'on indique… ce que bon nous semble : nos coordonnées pour nous joindre, nos études, nos passions, nos opinions politiques ou religieuses, une vraie date de naissance ou juste

un jour et un mois pour les plus pudiques ! Pas d'obligation de remplir ces cases. On ne dit que ce que l'on a envie de montrer… La part de l'intime, nous conservons si nous voulons !

Deuxième étape : la recherche d'amis – maintenant vous savez que je préfère parler de liens – on cherche donc à se lier… FB vous aide à trouver des amis de plusieurs manières. D'abord, en vous proposant de chercher parmi les contacts de votre boite aux lettres (indiscret qu'il est !). Il vous dit qui est sur FB. Vous pouvez ensuite proposer à ce potentiel ami de devenir le votre. Ensuite, selon les informations que vous aurez laissées sur votre profil, FB vous suggérera des noms : gens qui aime le même écrivain que vous où qui font partie d'un groupe comme celui consacré à « Emmanuel Guibert », l'auteur de BD. Il existe des groupes d'amateurs très sérieux et d'autres plus farfelus, qui naissent, vivent et meurent comme ils sont apparus. Ceux sur « la main de Thierry Henry » (200 000 fans) risquent de ne pas passer l'année ! Vous pourrez aussi créer votre groupe : celui des « Amis de la BN de Côte d'Ivoire » ou le groupe consacrée à une animation ponctuelle et recevoir les commentaires des membres du groupe. Enfin, vous, vous pourrez rechercher des amis en tapant simplement leur nom.

Important, votre profil peut être ouvert à tous ou fermé.
Dans ce cas, vous avez la main (pas celle de…) pour accepter l'ami ou pas. Votre compte comprend une boite aux lettres qui vous permet de lui demander qui il est et pourquoi il souhaite être ami avec vous. A vous, de définir des critères d'utilisation de votre profil et de protéger votre vie privée ! Pour un professionnel de l'information, il est intéressant d'avoir dans ses amis des gens de nature complètement différentes pour étudier, par exemple, ce qu'ils font sur le réseau, ce qui les intéressent… On peut rester en communauté aussi (geeks, bibliothécaires… ou garagistes) mais est-ce vraiment intéressant ?

Enfin, FB est le domaine des applications en tout genre : quizz pour connaître votre niveau de culture générale sur les films gore ou pour installer une ferme virtuelle où vous semez, arrosez, récoltez ou ramassez des œufs. Vous n'aurez plus d'excuses : FB vous rappelle la date d'anniversaire de vos amis et les événements qui vous intéressent. En général, les « grands » médias se focalisent ici.

Des usages individuels et/ou professionnels
On communique sur ce que l'on appelle le mur. On le « taggue » de nos commentaires, de nos réflexions. Outil de partage et de veille, grâce à des liens vers des sites, des billets, des vidéos, au moyen d'un simple copié-collé. On peut annoncer un événement (une conférence dans votre bibliothèque, une pétition à signer, à relayer). La fonction « Partager » permet d'envoyer une information vers un groupe d'amis que vous sélectionnez. Si vous êtes sur le mur d'un de vos amis, « Partager » permet d'envoyer son information vers votre mur. C'est ainsi que se diffuse de manière massive et rapide à travers les réseaux d'amis les informations à relayer. Si vous utilisez plusieurs outils, par exemple, un compte twitter, vous pouvez coupler celui-ci avec FB. A quoi cela sert-il ? Si vous le souhaitez, ce que vous écrivez sur Twitter sera relayé sur FB, vers un autre groupe d'amis. Vous mélangez ainsi vos réseaux sociaux et vos informations.

Le mur peut ressembler à un outil de publication comme un blog de signalement. Permettez-moi d'utiliser ma pratique. Je me suis rendu compte récemment que je n'écrivais plus sur mon blog professionnel, non plus par désintérêt mais parce qu'il est plus facile sur FB de publier ses découvertes sur le web. Mon blog, restant en usage dorénavant pour des billets plus personnels de réflexions.

Outil de veille ou de publication, FB est aussi un lieu de mémoire individuel car vous conservez toute votre activité. C'est d'ailleurs une des reproches fait à FB : comment conservent-ils nos données, comment les

utilisent-ils ? Récemment, FB a voulu changer les CGU (Conditions générales d'utilisation). En résumé, FB devenait propriétaire de tout ce que vous publiez sur votre mur, comme les photos de la fête d'anniversaire de votre petit dernier… Sous la pression, ils ont reculé. D'autres sites (Amazon, Fnac) utilisent également nos comportements sur les réseaux. La fonction « ceux qui ont acheté ceci ont acheté cela » en est la preuve. C'est la contrepartie pour utiliser ces services de manière gratuite. Mais, restons vigilants.

Enfin, l'aspect relationnel est certainement une des raisons du succès de cet outil.

Une fonction de tchat est incorporée à la manière d'un MSN, active ou non active. Communiquer avec un artiste devient très facile : certains se prêtent simplement au jeu. C'est une évolution du rapport artiste/fan. Un fan moins adulateur en quelque sorte. Les fonctions neuronales y gagnent ! Pour un bibliothécaire, c'est parfois un moyen plus rapide que les attachés de presse pour atteindre le futur conférencier de sa bibliothèque.

Des usages institutionnels

Silvère Mercier, dans un billet paru sur son incontournable blog Bibliobsession, nous le rappelait : pour une institution, créer une page qui aura des fans est préférable à un profil (individuel) qui aura des amis. Disons le, humoristiquement, cela évitera de répondre à la question sexe de votre institution ! En lisant attentivement les commentaires de ce billet, la BM d'Angers qui avait créé un profil (personnel) répond à la critique de Silvère regrettant le choix du profil. Elle a créé également une page qui ne contient en définitive que 59 fans. Par contre, le profil BM d'Angers accueille 597 amis. Décidemment, les usages de nos utilisateurs sont impénétrables. La BM d'Angers, en définitive, « alimente profil et page avec le même contenu : on fait un article sur la page et on le partage sur le profil ». Le wiki Bibliopedia possède une page qui recense les réseaux sociaux des bibliothèques francophones.

Pourquoi être sur FB pour une bibliothèque ? Réponse simple : une partie de nos usagers l'utilisent. La page FB de la bibliothèque est une annexe du site de la bibliothèque et parfois son site unique quand la bibliothèque n'a pas de site. Dès lors, se retrouvent sur la page : informations pratiques (horaires, tarifs), activités et annonces d'événements (conférences, ateliers), diaporama d'images, articles des bibliothécaires comme pour la Bibliothèque de Toulouse.

La page qui accueille des fans (ou des amis si choix d'un profil) pourra recevoir les commentaires de ceux-ci. Comme le site traditionnel, la page facebook est un outil de communication. Elle nécessite non seulement un animateur de page qui sera aussi un modérateur de la parole des usagers. Quels commentaires mon établissement va-t-il pouvoir accepter ? La question est centrale et à réfléchir avant présentation à nos hiérarchies.

Aspect positif de ces échanges : avoir les avis de nos publics, recueillir leurs demandes, faire écho et participer à la vie de la cité. C'est une application très concrète pour mettre en application toutes les remarques issues des enquêtes et colloques de connaissance des publics.

Communiquer sur les nouvelles acquisitions ou autour des animations de la bibliothèque, publier les mp3 de la bibliothèque, faire de la veille et du suivi. Certes ! Hubert Guillaud sur son blog La feuille nous interroge : « L'essentiel n'est certainement pas d'ouvrir un espace dédié à un projet clos, mais au contraire de s'ouvrir à un plus large auditoire. Le but n'est pas d'ouvrir une page ou un groupe aux couleurs de sa bibliothèque, mais d'imaginer plutôt ouvrir des groupes plus larges capables de toucher plus de monde. Pour un discothécaire, il vaut mieux ouvrir une page « I love Rock'n Roll » qu'une page au nom de la discothèque de Trifouillis-les-Oies».

Message entendu par les bibliothécaires musicaux de la BFM de Limoges qui ont créés : L'e-music box (381 amis), une page qui se veut un juke-box virtuel dédié aux artistes du Limousin.

La fonction reset d'un jeu vidéo n'existe pas sur le web !

D'autres limites se dégagent sur la conservation des données personnelles. Comment sont-elles conservées ? Que deviendront-elles après notre mort ? Quand je quitte un réseau social, puis-je les effacer ? Ai-je l'assurance que ce que j'ai dit à un certain âge de la vie ne se retournera pas contre moi. C'était l'objet du récent débat à l'Assemblée Nationale suite à la proposition de loi de deux députés sur le droit à l'oubli numérique. Si Internet est un média de « flux », c'est aussi un média de « stock ». Le virtuel est toujours inscrit dans du matériel. Comme le précise, Denis Ettighoffer, fondateur d'Eurotechnopolis Institut « L'homme numérique doit pouvoir compter sur la loi pour faire effacer des données sur le Net qui pourraient être attentatoires à son intégrité morale, à sa liberté individuelle, à celle de sa famille, qui limiteraient ou tenteraient d'influencer ses activités privées, publiques ou professionnelles. ». Il faut donc être rapidement conscient de notre identité numérique sur Internet et les réseaux sociaux. La fonction reset d'un jeu vidéo n'existe pas sur le web. Nous avons aussi le rôle d'informer nos plus jeunes usagers sur ces risques. Je passe rapidement sur le devoir de réserve du fonctionnaire que vous connaissez par cœur.

Conclure ? Même si le modèle économique de ces réseaux sociaux n'est pas fixé (gratuit, payant) et que le recul nous manque pour analyser ce phénomène fulgurant, ces outils ne sont pas qu'un effet de mode passagère. Ils illustrent le besoin de communication des individus qui ont tendance à se replier vers un cocon protecteur. Autant le téléphone me parait symboliser un désir de ne jamais quitter le cadre rassurant de son entourage proche, autant les réseaux sociaux représentent des volontés d'ouverture et de découverte vers les autres. Terminons par un clin d'œil en essayant de créer une loi à la manière d'Asimov : « Tout site aura dans le futur une tendance naturelle à devenir un réseau social. ».

Franck Queyraud