

La communication en bibliothèque

Cette fiche propose un point sur quelques notions élémentaires relatives à la communication et à la médiation en donnant quelques éléments utiles à la compréhension de ces missions transversales en bibliothèque.

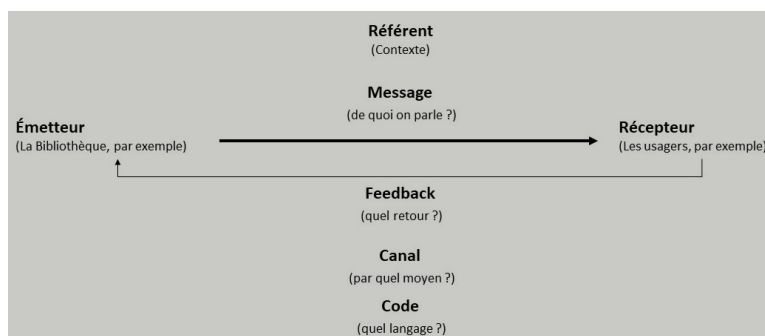
"(...) Accueil¹ et aménagement d'espaces² sont les atouts majeurs sur lesquels s'appuient les bibliothèques pour assurer leur communication avec les usagers. Mais la communication ne doit pas se limiter à cela. Plutôt que de rester dans une communication implicite et pas forcément choisie, **il s'agit alors pour les bibliothèques de se saisir de leur communication afin d'être les actrices de ce qu'elles renvoient de leur activité auprès de leurs personnels, de leurs tutelles et de leurs publics.** La bibliothèque doit être actrice dans l'image qu'elle renvoie d'elle-même et de ses activités, car elle est actuellement très peu visible médiatiquement (...)". La communication sur l'activité du service en bibliothèque) / Par Coline Renaudin, dernière mise à jour : 5 août 2019 in "Wiki Territorial"[en ligne] :

[https://www.wikiterritorial.cnfpt.fr/xwiki/wiki/encyclopedie/view/fiches/La%20communication%20sur%20l'activit%C3%A9%20du%20service%20\(biblioth%C3%A8que\)](https://www.wikiterritorial.cnfpt.fr/xwiki/wiki/encyclopedie/view/fiches/La%20communication%20sur%20l'activit%C3%A9%20du%20service%20(biblioth%C3%A8que)) / [Consulté le 20 août 2024]

1. Quelques notions et éléments autour de la communication en bibliothèque

1.1. Qu'est-ce que communiquer ?

Communiquer, c'est l'interaction entre un émetteur et un récepteur pour transmettre un message ou une information et construire un dialogue selon le schéma suivant, emprunté à Jakobson, pour décrire, à l'origine, les différentes fonctions du langage³ :



¹ Voir fiche TC Biblio 5-1 L'accueil des publics

² Voir fiche TC Biblio 5-2 La signalétique en bibliothèque

³ https://fr.wikipedia.org/wiki/Sch%C3%A9ma_de_Jakobson [Consulté le 20 août 2024]

Ainsi, la communication en bibliothèque recouvre aussi bien l'information, la promotion (par exemple, la mise en avant de la bibliothèque pour la faire adopter et/ou aimer des publics afin qu'ils y soient actifs), la valorisation (ajout de valeur à la bibliothèque et à son image, ajout de valeur aux collections et aux services qu'elle propose), la médiation (interface entre les collections et le public et entre les usagers eux-mêmes) que l'animation d'événements⁴.

Depuis quelques années, les bibliothèques organisent cette mission en mettant en place une réelle stratégie de communication qui englobe notamment : un plan de communication⁵ (outil indispensable pour toutes les actions de communication de l'établissement), des formations spécifiques pour les agents en charge de cette mission, un budget dédié et la mise en place d'indicateurs adaptés.

La construction d'une stratégie de communication peut être découpée en 7 étapes :

- Analyser l'établissement et son environnement (ses missions, ses objectifs, sa situation, etc.)
- Formuler les objectifs de communication (voir partie 1.3.)
- Identifier le public-cible
- Formuler son message (voir partie 1.4.)
- Choisir ses outils de communication (voir partie 1.5.)
- Établir un budget et un calendrier
- Évaluer les retombées de cette communication

1.2. Les différents types de communication

La communication vise différentes cibles : le public, les institutions et les partenaires ou les personnels de l'établissement. Elle peut se décomposer comme suit :

- **La communication externe** s'adresse aux publics de la bibliothèque, usagers des services et des collections.
- **La communication interne** s'adresse à tous les personnels de la bibliothèque. Elle est intimement liée au management de l'établissement.
- **La communication institutionnelle** s'adresse aux tutelles, aux partenaires et aux professionnels. On parle aussi de « communication intra » lorsqu'elle vise la gouvernance ou les autres services de l'établissement.

⁴ Voir la fiche TC Biblio 3-7 : L'action culturelle en bibliothèque universitaire

⁵ Voir un exemple de plan de communication proposé par Raphaëlle Bats sur le blog des Crieurs publics : <http://crieurspublics.blogspot.com/2013/04/modele-de-plan-de-communication.html> [Consulté le 20 août 2024]

1.3. Les objectifs de communication

La communication en bibliothèque sert différents objectifs qui peuvent être de trois ordres :

- **Objectif de notoriété** (ou cognitif) : faire connaître la bibliothèque et ses services auprès des publics en donnant par exemple des informations pratiques sur un atelier de recherche documentaire organisé à la bibliothèque.
- **Objectif d'attractivité** (ou conatif) : faire faire une action à un public comme le faire venir, le faire participer, le faire s'inscrire, le faire participer, etc. Les éléments mis en avant seront à la fois des éléments pratiques et des éléments d'appréciation (que vais-je « gagner » en faisant telle ou telle action ?).
- **Objectif d'image** (ou affectif) : faire aimer, faire apprécier pour une caractéristique originale, innovante, accueillante, sympathique, etc. Cet objectif tente souvent de modifier l'image que le public se fait en général des bibliothèques.

A noter : les actions de communication peuvent viser un ou plusieurs de ces objectifs.

1.4. Le message

Le message porte sur quoi va communiquer la bibliothèque. Il peut s'agir :

- Des informations pratiques (horaires, modalités d'inscription, etc.) ;
- Des services ;
- Des animations organisées à la bibliothèque ou dont la bibliothèque est partenaire ;
- Des collections (nouvelles collections d'e-books, nouveautés du mois, table thématique, etc.) ;
- D'actualités (rentrée universitaire, déménagement, nouvel espace, etc.).

Il peut aussi s'agir de communiquer sur son identité, sur ses missions et sur son rôle, notamment dans la communication institutionnelle.

Ce message doit être clair, compréhensible instantanément et facile à retenir tel un slogan publicitaire : il doit être adapté au public cible (vocabulaire, ton et forme adaptés).

1.5. Les outils de communication

1.5.1. Typologie des outils

Supports imprimés et supports physiques	Plaquettes, posters, dépliants, marque-pages, affiches, autocollants, etc. Kakémonos, goodies, t-shirts, clé USB, etc.
Supports numériques	Site internet, blog, réseaux sociaux, intranet, wikis, forums, vidéos et plus largement tous les outils du Web 2.0
Direct	Accueil en face à face, tchat, téléphone
Présentiel et événementiel	Stands, jeux, concours, visites, rallyes, salons, soirées, inaugurations, interventions en amphithéâtre, flashmobs, etc.
Presse, télé, radio	Points presse, dossiers de presse, communiqués de presse, visite, interview, tournage, etc.

1.5.2. Médias et réseaux sociaux

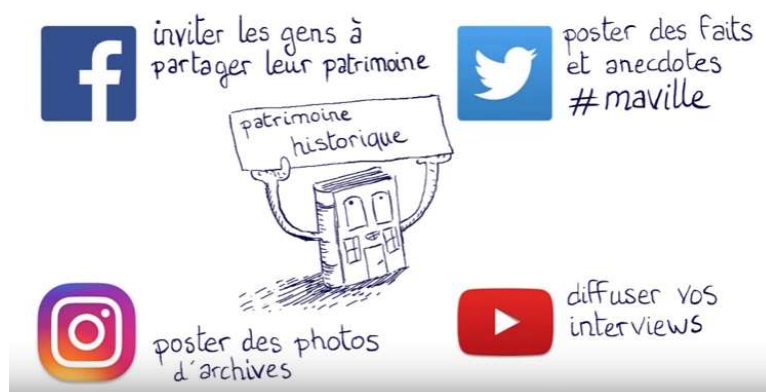
"Les réseaux sociaux numériques se présentent comme les plateformes les plus fréquentées et les plus utilisées par les internautes. Ils constituent désormais la porte d'entrée sur le web. Ils offrent de réelles opportunités pour la bibliothèque telles que l'accroissement de son audience et la valorisation de son patrimoine documentaire. Il est donc important, voire indispensable, pour elle de réfléchir à son investissement sur ces plateformes. (...)" Kouassi Sylvestre Kouakou. Réseaux sociaux numériques : quels enjeux pour les bibliothèques ? In « Cahiers de la Documentation », 2014. [En ligne] : <<https://www.abd-bvd.be/fr/cahiers-de-la-documentation/2014-2/>>. [Consulté 26 juin 2023]

Ainsi, le Web 2.0 offre de nouvelles perspectives pour les bibliothèques, au niveau de la recherche et de la collecte d'informations mais aussi de la collaboration et de la diffusion d'informations et de documents. A travers ces médias les bibliothèques peuvent, par exemple, **diffuser des informations** pratiques, **interagir avec les publics** pour créer un dialogue autour d'une animation par exemple ou **partager des contenus** comme les nouvelles acquisitions.

Quelques réseaux sociaux très utilisés en bibliothèque⁶

Facebook	Ce réseau social permet de communiquer, d'interagir et de partager
Twitter	Contrainte : messages courts (280 caractères) mais réseau social réactif et instantané donc plus adapté à l'interaction
Instagram , Pinterest, Flickr	Adapté au partage de photos
YouTube, Vimeo	Adapté au partage de vidéos
LinkedIn	Adapté aux échanges professionnels
TikTok	Adapté au partage de vidéos avec interaction du public
Twitch	Adapté au streaming vidéo en direct avec interaction du public

Un exemple d'utilisation de plusieurs réseaux sociaux pour communiquer sur un fond patrimonial :



Capture d'écran de la vidéo « Engagez votre audience sur les réseaux sociaux », BSF Campus, 2016

2. Bibliographie et sitographie

Communication innovante en bibliothèque. In Questions ? Réponses ! Esssib, 2017. Consultable en ligne :

⁶ Voir aussi « Les réseaux sociaux en bibliothèques de lecture publique » / Mairie de Paris, juin 2014 : [en ligne : <https://www.youscribe.com/BookReader/Index/2472732/?documentId=2449789> [Consulté le 20 août 2024] et le « Livre blanc : les réseaux sociaux en bibliothèque et leurs pratiques » / Mairie de Paris, juillet 2014 [En ligne : <https://bibliotheques.paris.fr/userfiles/file/Nouveautes/Canopee/livre-blanc.pdf> [Consulté le 20 août 2024]

<https://www.enssib.fr/services-et-ressources/questions-reponses/communication-innovante-en-bibliotheque> [Consulté le 20 août 2024]

"Dossier Communiquer", In Bibliothèque(s), n° 62, juin 2012, pp. 15-17. Consultable en ligne :

<https://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/61138-62-communiquer.pdf> [Consulté le 20 août 2024]

Faire connaître et valoriser sa bibliothèque : communiquer avec les publics / Sous la dir. de Jean-Marc Vidal. Presses de l'Enssib, 2012. Consultable en ligne : <https://books.openedition.org/pressesenssib/598> [Consulté le 20 août 2024]

Communiquer ! Les bibliothécaires, les décideurs et les journalistes. / Sous la dir. de Jean-Philippe Accart. Presses de l'ENSSIB, 2010. Consultable en ligne : <https://books.openedition.org/pressesenssib/357> [Consulté le 20 août 2024]

L'information et la communication en bibliothèque / Marielle de Miribel. In : Communication et langages, n°120, 2e trimestre 1999. Dossier : La communication des organisations. pp. 55-80. Consultable en ligne : https://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_1999_num_120_1_2926 [Consulté le 20 août 2024]

Des tweets et des likes en bibliothèque : Enquête sur la présence de quatre bibliothèques de lecture publique sur les réseaux sociaux numériques / M.-F. Audouard, M. Rimaud et L. Wiert. Nouvelle édition [en ligne]. Paris : Éditions de la Bibliothèque publique d'information, 2017. Consultable en ligne : <<http://books.openedition.org/bibpompidou/2073>> [Consulté le 20 août 2024]

La médiation à l'heure du numérique / Jean-Philippe Accart. Éditions du Cercle de la Librairie, 2016.

Développer la médiation documentaire numérique / Sous la dir. de Xavier Galaup. Presses de l'ENSSIB, 2012. Consultable en ligne : <https://books.openedition.org/pressesenssib/683> [Consulté le 20 août 2024]

La médiation numérique pour les nuls / Sylvère Mercier, 2015. Consultable en ligne : <https://www.a-brest.net/article18538.html> [Consulté le 20 août 2024]

Articles du BBF [Consulté le 7 juillet 2022]

- Le Mest, Julie. « Médiation et valorisation des contenus en bibliothèque ». *Bulletin des bibliothèques de France (BBF)*, 2013, n° 3, pp. 44-52. Disponible en ligne : <<http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2013-03-0044-007>>. ISSN 1292-8399. [Consulté le 20 août 2024]
- Bertrand, Anne-Marie. « Médiation, numérique, désintermédiation : ». *Bulletin des bibliothèques de France (BBF)*, 2013, n° 3, pp. 23-29. Disponible en ligne : <<http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2013-03-0023-004>>. ISSN 1292-8399. [Consulté le 20 août 2024]
- Article relatant une journée d'étude organisée par la Médiathèque départementale d'Ille-et-Vilaine, Trans'Faire, 4^{ème} édition, organisée le 17 décembre 2019 à Fougères (35). Disponible en ligne : <<https://mediatheque.ille-et-vilaine.fr/trans-faire/1031-com-une-image-trans-faire-iv>> [Consulté le 20 août 2024]