

ES ESSAIS À L'ARGUMENTATION RIGOUREUSE
JI CONCERNENT TOUT LE MONDE

COUVREZ DES LIVRES ACCESSIBLES AU FORMAT ORIGINAL

*User error. Failed to connect to memcache server: 46.227.85.233:11211 in
dmemcache_object() (line 415 of /data/livreshebdo/production/releases
/20210507141233/sites/all/modules/contrib/memcache/dmemcache.inc).*

RÉSEAUX SOCIAUX

Sur Tik Tok, Insta... les bibliothécaires deviennent influenceurs



SANDRINE KLAM, COMMUNITY MANAGER DE LA MÉDIATHÈQUE COMMUNAUTAIRE DE SARREGUEMINES, COPILOTE LES PROUT : PRÉSENTATIONS ROCAMBOLESQUES D'ŒUVRES UTILES ET TEXTUELLES. - PHOTO DR

Elles sont
bibliothécaires
(oui, surtout

des femmes) et comptent plusieurs centaines voire milliers d'abonnés sur leur page personnelle Instagram ou TikTok, où elles parlent de leurs coups de cœur littéraires et de leur quotidien. Zoom sur ces influenceuses un peu spéciales.

Par **Fanny Guyomard**,

Créé le 09.05.2021 à 08h00,

Mis à jour le 10.05.2021 à 03h33

Il arrive à Marie Bonafant de conseiller des lectures personnalisées. Normal, pour une bibliothécaire. L'originalité, c'est le lieu : Instagram et sous le pseudo French Librarian. Suivre le compte social d'un bibliothécaire, c'est pouvoir avoir un rapport immédiat avec lui sans habiter dans la ville où il travaille ; pour le bibliothécaire, c'est ne pas perdre ce qu'il aime dans son métier, surtout depuis les restrictions sanitaires : « *Non seulement les livres mais surtout les échanges avec les gens, l'accueil du public... Tout ce milieu culturel, cette ambiance, je le retrouve sur Instagram* », explique **Pauline Jacquemin**. Sur le réseau social TikTok, très prisé par les ados, Charlène Rodrigues et Magali Vonesch, alias Les Lectures de Chamallow, ont trouvé depuis décembre un moyen de s'amuser tout en allant chercher de nouveaux abonnés, usagers en puissance : « *C'est un bon outil pour amener les jeunes à la lecture. Je suis épatée quand ils me disent "j'ai acheté le livre dont vous avez parlé, j'ai bien aimé". Un gosse qui lit, c'est une petite victoire* », se réjouit **Magali**. Tandis que leur audience sur Instagram et Youtube est constituée en majorité de femmes entre 35 et

45 ans, celle de TikTok est mixte et âgée de 18 à 25 ans. Ce qui est aussi en jeu, soulignent les bibliothécaires interrogés : moderniser leur image.

5 points pour être biblio influenceur

- avoir une ligne éditoriale
- être sincère
- publier plusieurs fois par semaine
- poster des contenus esthétiques
- interagir avec les abonnés

Mais les bibliothécaires influenceurs ne rivalisent pas avec les vidéastes qui ont fait leur trou depuis des années, comme la libraire **Margaud Liseuse**, suivie par quelque 72 000 personnes sur Youtube. Les raisons ? Une question de temporalité, avance **Fiona**, près de 40 000 abonnés au compteur, qui s'est lancée en 2015 sur Instagram, à un moment, dit-elle, où l'application était moins commerciale et rendait ses contenus littéraires plus visibles qu'aujourd'hui. Et puis l'activité est chronophage : les influenceurs les plus actifs y passent plus d'une heure par jour, sur leur temps libre.

Discretion et anonymat

Se pose aussi la compatibilité avec leur fonction. S'il est particulièrement légitime pour parler de livres, le bibliothécaire a-t-il le droit de faire du marketing ou de livrer ses coups de gueule, comme le font des vidéastes star ? « *Le fonctionnaire est tenu à un devoir de réserve. On ne peut pas se permettre de dire ouvertement du mal de sa collectivité. Il faut pouvoir exprimer sa frustration de manière suffisamment vague - ce n'est pas toujours simple - et ne nommer*

personne », rappelle une bibliothécaire active sur Twitter. Le fonctionnaire influenceur reste donc souvent discret, n'indique pas toujours sa profession dans sa biographie, ne donne ni son nom ni celui de sa médiathèque, qui n'est d'ailleurs pas toujours au courant de sa double vie. Mais avantage de l'anonymat, selon Marie Bonafant : « *Ma parole est un peu plus libre et j'aborde des sujets plus divers que dans le cadre professionnel.* »

Les directions reconnaissent cependant de plus en plus l'intérêt de ces agents branchés. « *Notre directeur est notre plus grand fan* », sourient les deux Chamallow, de la médiathèque de Cavalaire-sur-Mer (Var). Grâce à son réseau, Fiona contacte facilement les auteurs qu'elle invite pour des rencontres dans sa ville. Pauline Jacquemin raconte que depuis cet été, elle s'occupe du compte Facebook de son établissement, « *car ma chef s'est rendu compte que j'avais de l'attrait et des compétences pour les réseaux sociaux !* » La différence, c'est qu'elle ne poste pas de photos d'elle. Même élan dans la structure de **Marie Bonafant** : « *Nous pensons faire du booktubing [contraction de book, « livre » en anglais, et de « Youtube »] sur notre page Facebook. Avec la situation sanitaire, on s'est rendu compte qu'il fallait qu'on développe le numérique, pour attirer notamment les jeunes adultes et ados qui ne sont pas très présents dans notre réseau, et dépoussiérer l'image des bibliothèques.* »

Avec ses Prout (Présentations Rocambolesques d'Œuvres Utiles et Textuelles), la médiathèque communautaire de Sarreguemines (Moselle) emprunte aux meilleurs influenceurs Youtube : parler de culture et de leur métier sur un ton décalé, effets visuels et blagues à l'appui. « *Plus s'est décalé, plus il y a de vues !* », précise Christophe Jung, qui s'occupe de la partie réalisation et montage. La dérision, c'est la clé de la persuasion.

@little prettybooks, L'influenceuse star et anonyme

39,3k abonnés sur Instagram, 6 412 sur Facebook.

Elle a deux vies parallèles : bibliothécaire au travail ; influenceuse parfois rétribuée sur Instagram. Point commun : l'amour des livres.

Les photos sont idylliques. Un roman à la couverture automnale au milieu de feuilles d'érable. Dans le salon, une part de brownie, mug jamais loin, bougie chaleureuse, froufrou du plaid et fourrure du chat entourent le joli petit livre , pour paraphraser le nom du compte Instagram. Son auteure ne montre jamais son visage, mais c'est une figure de l'influence littéraire, qui cumule presque 40 000 abonnés à son compte. L'audience en fait une influenceuse professionnelle, qui reçoit de plus en plus de livres de la part des maisons d'édition. Elle accepte de les chroniquer quand ils sont cohérents avec ses goûts, et en indiquant sponsorisé quand elle a été rémunérée. Mais elle n'aime pas le mot influence , qu'elle associe un peu au marketing, alors que parler de livres, c'est livrer mes émotions, une part de moi-même, et pas des produits. Elle dévoile son intimité littéraire, mais pas son moi social : Fiona, 29 ans, bibliothécaire qui souhaite garder son anonymat. Elle a épousé le métier après avoir commencé son blog en 2013, alors qu'elle était en master de droit. Puis elle a gagné la confiance de ses abonnés en restant sincère, explique-t-elle. Une autre raison de sa popularité : ses goûts mainstream - littérature contemporaine, anglo-saxonne, feel-good et romans historiques. Et brosser l'algorithme d'Insta dans le sens du poil : poster à des heures stratégiques, tous les deux jours maximum, répondre aux commentaires et mettre des mots-clés (#bookstagram, #livreaddict #books). Ce qui plaît le plus : des photos de sa bibliothèque (personnelle), aux ouvrages harmonieusement rangés. On sent la pro.

@leslecturesdechamallow, Du fun dans la bibliothèque

Nombre de chamallowers sur TikTok : 2 837.

Le duo s'est lancé sur TikTok en décembre pour conquérir les ados. L'une de leurs courtes vidéos a dépassé les 60 000 vues.

Charlène Rodrigues, 26 ans, et Magali Vonesch, 41 ans et les cheveux

roses, ont mixé leurs prénoms et ajouté un brin de douceur et d'enfance. Leur aire de jeu depuis décembre, c'est TikTok, le réseau social des ados où se succèdent des vidéos de quelques secondes, doublées d'une chanson à la mode ou de répliques de films. Et leur spécialité (dans la bibliothèque comme sur leur compte) : le livre jeunesse (du fond de leur catalogue ou de leur propre poche). En dix secondes top chrono, l'une des vidéos, sur les mangas Naruto et Dragon Ball, a cumulé plus de 60 000 vues. Une autre reprend les répliques du dessin animé Moi, moche et méchant, pour parodier le métier de bibliothécaire aigri. Dans une autre, Magali, en manteau à capuche noir, est doublée par Dark Vador. On cherche à détourner le livre de manière humoristique et à faire tomber le mythe de la vieille bibliothécaire vieille et désagréable. Il faut que ce soit dynamique, drôle, fun, léger et ludique, décrit la mère d'une ado qui lui a fait découvrir l'application. Le duo tourne dans la médiathèque ou sur fond vert, reconstituant ensuite sur ordinateur un fond pop et flashy. Pour les vidéos plus longues et argumentées, elles postent sur leur compte Youtube, créé l'été dernier. Mais là encore, l'internaute aime quand c'est court et drôle. Dans leurs statistiques, elles remarquent que le spectateur décroche puis revient... pour le bêtisier.

@pauline.jqm, Le feel-good au quotidien

2 114 abonnés Insta et 1 667 sur Twitter.

La bibliothécaire BD s'amuse à mettre en scène ses lectures et à partager la réalité de son métier, dans une ambiance colorée.

Sa biographie Instagram donne le ton : Good vibes de bibliothécaire ! Répandeuse de chouettes BD all around the world sur son vélo rose . Entre des photos de la nature et de livres qu'elle commente en quelques phrases, Pauline Jacquemin partage sa bouille souriante et son quotidien de baroudeuse et de bibliothécaire BD. Son compte Twitter, plus impersonnel, relaie l'actualité du métier. Sur Insta, elle publie son vécu. Ce qui attire des consœurs parmi ses abonnés. On est

plusieurs à s'être trouvées et à se faire confiance, c'est-à-dire que si la personne me recommande tel livre, je sais que je ne serai pas déçue. On s'influence entre nous ! Elle est aussi suivie par des lecteurs lambda de BD, quand elle poste une critique de BD. Une photo d'un roman d'ado suscitera des commentaires de cette classe d'âge. C'est assez compartimenté, alors que j'aimerais que tous ces gens se rencontrent, c'est mon métier, observe la médiatrice. Elle les rencontre individuellement et virtuellement, en conversant via les commentaires. Au début, j'étais sceptique avec les réseaux sociaux, mais j'ai découvert une communauté de partage, bienveillante et sincère. C'est riche et chouette, une bulle d'échanges de bonnes ondes. Un vrai récit feel-good.

@french.librarian, Ne pas parler seulement de livres

2 250 followers sur Instagram.

Blog, Youtube, Instagram... Marie Bonef multiplie les contenus selon le réseau social, dans une même optique : faire découvrir la culture au plus grand nombre.

Elle a commencé son activité numérique en classe prépa, pour partager ses lectures. Devenue bibliothécaire, Marie Bonef, 23 ans, a envie de montrer qu'elle n'est pas une vieille femme à chignon, mais une personne comme tout le monde, qui n'aime pas seulement lire !

Sur son blog, une à deux fois par semaine, elle livre des critiques littéraires plus ou moins tendres mais aussi ses découvertes musicales et cinématographiques. Un onglet, à destination de ses homologues, partage ses expériences du métier. Sur Youtube, tous les dimanches, elle est face caméra dans un décor coquet et parle de livres avec naturel, mais aussi de sa vie personnelle. Et tous les jours, elle publie des photos de lecture sur Instagram, application immédiate et efficace. Son audience lui ressemble : des femmes entre 18 et 35 ans, qui partagent les mêmes goûts de lecture (#SSFF, pour science-

fiction, fantastique et fantasy, et fans de Harry Potter).

La bibliothécaire dans l'âme cherche à élargir son audience au-delà du cercle littéraire, chez les non convaincus. Pour gagner des abonnés, elle écrit alors en anglais ou s'empare des derniers outils de l'application (ce qu'apprécie l'algorithme, le maître de l'audience) comme les réels, des clips de 15 secondes sur le mode TikTok. Mais la bataille n'est pas finie : pour garder ses followers, il faut sans cesse se réinventer et les inviter à interagir, en leur lançant des défis. Conseil de photo qui accroche : avec un chat. Et en profiter pour glisser un livre à côté...

09.05

2021



Articles liés



11.02.2021

Quand le livre stream sur Twitch



11.02.2021

Quand le livre stream sur Twitch



22.09.2020

Comment le livre adopte TikTok ?



22.09.2020

Comment le livre adopte TikTok ?



25.05.2018

Des réseaux sociaux de plus en plus influents



25.05.2018

Des réseaux sociaux de plus en plus influents