



UFR de sciences humaines et arts

Master esDOC - information, documentation, bibliothèque

Année universitaire 2020-2021

L'adoption des démarches centrées usagers en bibliothèque

Mémoire pour l'obtention du grade de master
mention « Information, communication »

Présenté par
Marie Facélina

Le 13 septembre 2021

Sous la direction de
Marina Dinét-Dumas

Université de Poitiers



UFR de sciences humaines et arts

Master esDOC - information, documentation, bibliothèque

Année universitaire 2020-2021

L'adoption des démarches centrées usagers en bibliothèque

Mémoire pour l'obtention du grade de master
mention « Information, communication »

Présenté par
Marie Facélina

Le 13 septembre 2021

Sous la direction de
Marina Dinét-Dumas

Université de Poitiers

Remerciements

Je tiens à adresser de sincères remerciements à ma directrice de mémoire, Marina Dinet-Dumas, pour ses conseils, sa bienveillance et sa disponibilité tout au long de ces mois de travail.

Je souhaite également exprimer toute ma gratitude à l'égard des professeurs et intervenants rencontrés au cours de mes études à l'université de Poitiers, qui ont déployé des efforts importants pour faire de ces deux années une réussite.

Je remercie également très chaleureusement Yvan Hochet et toute l'équipe de la bibliothèque universitaire Michel Foucault pour leur soutien, leurs encouragements et leur aide très précieuse : vous avez rendu ce travail possible. Un remerciement tout particulier à Sylvie Celik, qui m'a accompagnée durant de longues heures de rédaction et qui a su me redonner du courage quand j'ai pu en manquer.

Merci à mes anciens collègues de la Bulle et à tous les professionnels qui ont eu la gentillesse et la disponibilité de me répondre et de diffuser le questionnaire.

Merci à tous les étudiants de la promotion 2020/2021. Ce fut des années particulières, mais je suis heureuse de les avoir vécues à vos côtés.

Enfin, merci à ma famille pour m'avoir soutenue et pour avoir cru en moi. Je remercie tout particulièrement ma mère pour sa relecture patiente, ses corrections judicieuses et les discussions toujours fructueuses.

Sommaire

Introduction.....	
1. État de l'art.....	
1.1 <i>Les démarches centrées usagers.....</i>	
1.2 <i>Circulation et adoption de l'innovation.....</i>	
1.3 <i>Innover en bibliothèque.....</i>	
2. Méthodologie de l'approche empirique.....	
2.1 <i>Étude de facteurs exogènes à l'adoption à travers une analyse de contenu.....</i>	
2.2 <i>Élaboration d'un questionnaire auprès des professionnels de BU et de BM.....</i>	
2.3 <i>Limites de la méthodologie.....</i>	
3. Résultats.....	
3.1 <i>Faire le choix des démarches centrées usagers.....</i>	
3.2 <i>Circulation des démarches.....</i>	
Conclusion.....	
Bibliographie.....	

Introduction

La prise en compte de l'utilisateur, de ses besoins et attentes, s'impose progressivement aux services publics à partir des années 1980¹. Le recours aux sciences sociales, à l'économie comportementale et au design est encouragé par les pouvoirs publics depuis 2014 dans un souci de modernisation. Plusieurs initiatives publiques ont ainsi été développées. La Direction interministérielle de la transformation publique (DITP) et la Direction interministérielle du numérique et du système d'information et de communication de l'État (DINSIC) ont mis en place des outils et une plateforme consacrée à la démarche design. De plus, depuis 2008, l'association « La 27^e Région » vient en aide aux acteurs publics désireux de transformer leurs pratiques et services en se concentrant sur l'expérience des usagers.

Dans un même temps, l'activité des bibliothécaires, de la fonction d'État comme de la fonction publique territoriale, s'est progressivement transformée de la prescription à la médiation. De fait, aujourd'hui le point central de leurs activités est bien davantage l'utilisateur, et non la gestion des collections. Le conservateur Bertrand Calenge parle d'une transition des processus d'acquisition et de distribution vers des logiques de service². Aussi, pour embrasser cette nouvelle direction, les professionnels ont cherché des modèles pour renouveler la bibliothèque : « bibliothèque troisième lieu », « *learning center* », « *idea store* », « *maker space* »...

Par ailleurs, les bibliothèques évoluent aujourd'hui dans un environnement qui peut être perçu comme concurrentiel. La massification des sources d'informations dématérialisées a poussé les professionnels à penser de manière plus approfondie la place de leurs activités dans les pratiques culturelles et informationnelles de leurs publics. Dans le courant des

1 WELLER, Jean-Marc. Les figures de l'utilisateur dans les réformes de modernisation des services publics. *Informations sociales*. 2018. Vol. 198, n° 3, pp. 48-56.

2 CALENGE Bertrand. *Accueillir, orienter, informer : l'organisation des services aux publics dans les bibliothèques*. Paris : Éditions du Cercle de la Librairie, 1996. 129p. Collection Bibliothèques. ISBN 2-7654-0625-1.

années 2010, le recours à des politiques d'évaluation s'est popularisé. Dans cette période de réduction de budget, les responsables sont amenés à rendre compte de l'effet qu'ont véritablement les bibliothèques sur leurs usagers. Les enquêtes réalisées sont pour la plupart des analyses d'opinion pour juger de la satisfaction des publics et de l'impact de l'institution sur eux. Elles sont faites *a posteriori* pour juger de la bonne utilisation des moyens alloués aux bibliothèques et confirmer les décisions prises.

Ces méthodes d'évaluation ont, elles aussi, acquis une nouvelle dimension. Elles se veulent au plus proche de la réalité vécue par les usagers. Ainsi la norme internationale ISO 16439, de 2014, confirmée en 2019, relative à la mesure d'activité, met pour la première fois l'accent sur l'évaluation des besoins des publics par rapport aux missions des bibliothèques. Elle met en avant la notion d'« impact » des bibliothèques qu'elle définit comme : « un changement individuel ou collectif provoqué par les relations avec les services offerts par la bibliothèque »³. Ce recentrage apparaît d'autant plus comme une évidence depuis le constat d'une diversification des usages.

Depuis moins de deux décennies, on trouve dans la littérature professionnelle, dans les programmes des journées professionnelles et des congrès, les traces de nouvelles pratiques professionnelles qui ont pour objectif de rendre les bibliothèques plus adaptées à leurs publics. Elles ont pour point commun d'appartenir, originellement, à un secteur autre que la bibliothèque : design industriel pour le *design thinking*, les sciences sociales pour l'ethnographie, l'informatique pour le design de l'expérience utilisateur. Cet ensemble de méthodes sera ici désigné sous le terme de « démarches centrées usagers ». Elles reposent sur des outils d'analyse des sujets, les usagers, dans leur relation avec la bibliothèque comme étape de base à la conception ou à l'amélioration de service, d'espace, de signalétique – de la moindre interaction qui puisse exister entre l'institution et ses publics. La frontière qui différencie une méthode d'une autre peut parfois être floue, car les outils mobilisés sont souvent les mêmes. Les démarches centrées usagers ont d'abord été adoptées par les professionnels anglo-saxons des bibliothèques puis, pour certaines

3 ISO, 2014. *Méthodes et procédures pour évaluer l'impact des bibliothèques*. ISO 16439, p.4

d'entre elles, par les bibliothécaires universitaires français avant d'être mobilisées par des professionnels de la lecture publique.

Nous nous interrogerons sur les modes de circulation et les facteurs d'adoption des démarches centrées usagers qui peuvent – par certains aspects – être considérées comme des pratiques innovantes dans les bibliothèques françaises à l'heure actuelle.

Nous appuierons notre recherche sur plusieurs hypothèses dont il nous faudra vérifier la véracité. La première est que la littérature professionnelle joue un rôle important dans l'adoption de pratiques innovantes. Elle les présente et fait la promotion de leur mise en place par les précurseurs français. Elle donne la parole à ceux qui en ont fait l'expérience et qui peuvent alors encourager leur diffusion.

Une deuxième hypothèse est que le réseau professionnel proche, collègues de la même institution ou du même secteur géographique, est un facteur d'influence à l'adoption de nouvelles pratiques.

Enfin, notre dernière hypothèse est que l'adoption des démarches centrées usagers se fait par étapes. Le professionnel se familiarise avec une des méthodes possibles, en testant certains des outils. Il en éprouve ses modalités ou fait l'expérience d'une dimension particulière du processus de design avant d'adopter la démarche globale.

Afin de répondre à notre questionnement, nous verrons dans une première partie, les notions clés de notre sujet : l'innovation et sa diffusion, les démarches centrées usagers et l'environnement des bibliothèques de lecture publique et de l'enseignement aujourd'hui. Nous nous intéresserons particulièrement à l'innovation en bibliothèque. Puis nous décrirons les méthodologies adoptées pour l'analyse de corpus ainsi que pour le questionnaire diffusé aux professionnels des bibliothèques. Enfin, dans une dernière partie, nous présenterons les résultats de notre recherche et les conclusions qui en découlent.

1. État de l'art

Afin d'introduire notre sujet et d'en comprendre les contours nous explorerons la littérature professionnelle et universitaire. Notre étude portant sur des pratiques professionnelles dans le monde des bibliothèques, nous mobiliserons les sciences de l'information et de la communication. De plus, les démarches centrées usagers découlant de différents secteurs d'activité, nous serons donc également amenés à emprunter aux théories de ceux-ci pour éclairer les méthodes qui nous intéressent ici. Par ailleurs, la sociologie de l'innovation ainsi que la sociologie des groupes professionnels nous permettront d'interroger la circulation des démarches centrées usagers.

1.1 Les démarches centrées usagers

1.1.1. « Démarches centrées usagers » : un terme regroupant des pratiques et des méthodes plurielles

Le terme englobant de «démarches centrées usagers» décrit des méthodes, un ensemble d'outils et, d'une certaine façon, un état d'esprit qui visent à une meilleure prise en compte des besoins et des attentes des usagers.

Pour comprendre ce qui est constitutif des démarches centrées usagers, il est important de définir ce qu'est le design. Bien qu'anglo-saxon, le mot vient de l'ancien français « désigner » qui découle du verbe latin *designare*, indiquer ou dessiner. En français, *designare* est l'origine de deux mots : dessin et dessein. Le premier signifie la production ou reproduction d'un objet, le second l'intention, l'objectif⁴. Le terme anglo-saxon est désormais communément utilisé en France. Mais on lui préfère parfois le terme de

4 JACQUENOD, Raymond. *Nouveau dictionnaire étymologique: l'origine de 20 000 mots français*. Alleur, Belgique : Marabout, 1996. p.215.ISBN 978-2-501-02452-5.

« conception ». « Le design comporte des étapes d'idéation, de création, de réalisation de prototypes et d'affinage »⁵ explique Sylvie Daumal dans le manuel *Design d'expérience utilisateur*, devenue une référence dans le domaine. Le design est donc un processus créatif fait d'étapes et de va-et-vient, impliquant la traduction visuelle des idées (dessin ou prototype) et ce dans un but précis : inventer, améliorer ou faciliter l'utilisation d'un bien.

Le terme de « démarches centrées usagers » trouve ses origines dans le processus de design centré sur l'utilisateur (*User Centered Design*, ou UCD) de l'ingénieur et psychologue Donald A. Norman. Le concept d'UCD se diffuse largement dans le secteur industriel, commercial et technologique grâce à la publication de *User-Centered System Design : New Perspectives on Human-Computer Interaction* (1986) puis de celle de *The Design of Everyday Things* (1988) dont le titre initial était *The Psychology of Everyday Things*. « Le design centré sur l'utilisateur tend à définir le produit ou le service à partir des attentes, des besoins (formulés ou non) et des capacités des utilisateurs, et non plus à les forcer à apprendre et à changer de comportement pour s'adapter au produit ou au service »⁶ écrit Sylvie Daumal. Le design de produit, tel qu'il était pensé auparavant, impliquait rarement l'utilisateur dans le processus. Le design lui-même répondait aux fonctionnalités définies à la conception de projet. De fait, l'expérience qui découlait de l'utilisation y était soumise. La fonction primait sur la forme ou l'usage.

Il y a plusieurs écueils à cette manière de faire. Le premier est qu'il persistera une grande incertitude concernant la satisfaction que les utilisateurs pourront tirer du produit ou du service tant que celui-ci n'aura pas été commercialisé ou introduit. Les corrections et les réajustements sont coûteux en temps, en investissement financier et mental. Prendre en compte les besoins, les attentes et les désirs d'utilisateurs en amont minimise cette incertitude. Le deuxième écueil est d'oublier que l'expérience d'un produit, plus que ses fonctionnalités, font la différence entre son utilisation et son rejet. Entre deux produits

5 DAUMAL, Sylvie. *Design d'expérience utilisateur: Principes et méthodes UX*. Paris : Éditions Eyrolles, 2012. p. 2. Design Web. ISBN 978-2-212-13456-8.

6 Ibid. p.5.

ayant la même utilité et les mêmes composants, c'est bien celui qui est le plus simple et le plus satisfaisant à utiliser qui sera choisi.

L'une des méthodes s'apparentant au design centré sur l'utilisateur est le *design thinking*, plus rarement traduit en français par « pensée design ». Sylvie Daumal le définit comme une « méthode de design qui consiste à rechercher et à analyser les informations, à définir le(s) problème(s) à résoudre, puis à imaginer, sélectionner et tester des solutions »⁷. Le terme est cependant polysémique, car il décrit non seulement une méthode, un processus mais est également généralement accepté comme étant un état d'esprit⁸. De plus, face à l'apparition d'un grand nombre de *buzzwords*⁹ liés au design, il fait parfois office de terme fourre-tout. On le retrouve ainsi associé à l'intelligence collective, à la co-conception, aux ateliers d'idéation, à l'expérience utilisateur. Si la conception de l'objet pour laquelle il est utilisé concerne un service, on parle alors souvent de design de service.

Le *design thinking* apparaît dans les années 1960 et 1970, lorsque des chercheurs s'intéressent à la manière dont les designers du secteur industriel conçoivent des produits. Le chercheur en sciences cognitives et Prix Nobel d'économie de 1978, Herbert Simon, rapproche le design d'un mode de pensée et pas seulement de la conception technique d'un objet physique¹⁰. Pour lui, le designer cherche des solutions créatives pour résoudre des problèmes complexes. Ainsi serait né le concept de *design thinking*.

En 1987, le chercheur Peter G. Rowe étudie les méthodes mobilisées par des architectes et urbanistes et interroge le processus de design. Il crée alors le terme de *design thinking* grâce à son livre éponyme. À la même période, sortent les travaux de Donald Norman sur

7 Ibid. p. 180.

8 BEUDON, Nicolas. Le vocabulaire du design thinking. *I2D - Information, données & documents*. 2017. Vol. 54, n° 1, pp. 32. Également disponible en ligne à l'adresse : <http://www.cairn.info/revue-i2d-information-donnees-et-documents-2017-1-page-32.htm>

9 Terme de jargon désignant une nouveauté ou un phénomène apparaissant comme une tendance, car mentionné abondamment dans les médias.

10 GAMBA, Tiphaine. D'où vient la « pensée design » ? *I2D - Information, données & documents*. 2017. Vol.54, n° 1, pp. 30-32. Également disponible en ligne à l'adresse : <https://www.cairn.info/revue-i2d-information-donnees-et-documents-2017-1-page-30.htm>

le design centré utilisateur. Il existe alors une effervescence autour du design et de la façon dont celui-ci peut être appliqué à d'autres domaines que l'industrie et l'architecture. Enfin, la renommée du concept s'étend à partir de 1999 grâce à l'agence de design américaine IDEO qui, dans les dix années qui suivent, s'impose comme l'une des entreprises les plus innovantes de Silicon Valley. Son fondateur, David M. Kelley, et son successeur, Tim Brown, communiquent abondamment dans les médias sur les méthodes de travail multidisciplinaires innovantes mobilisées et surtout, sur le processus en cinq étapes de *design thinking* employé (observation, brainstorming, prototypage rapide, redéfinition puis implémentation)¹¹. S'enchaînent alors documentaire de la BBC, conférences de vulgarisation, publication d'ouvrages et enfin création d'une école de design en partenariat avec la célèbre université de Standford. Tim Brown insiste sur l'idée que la méthode permet de « mettre en correspondance les attentes des utilisateurs, faisabilité et viabilité économique »¹².

Surfant sur la vague de popularité, de nombreux consultants introduisent, sous le terme de *design thinking*, de nouveaux outils tels que l'utilisation de « post-it ». Le format que peut prendre cette méthode varie : ateliers, stages de plusieurs jours, marathons créatifs, sprints... Les étapes du processus même dépendent d'un expert à l'autre. Cependant elles peuvent généralement être divisées en trois phases importantes : inspiration, idéation et implémentation. L'inspiration est l'étape où le problème à résoudre est défini, le contexte et les opportunités analysés en enquêtant sur le terrain. À partir des données récupérées, des solutions sont générées lors de la phase d'idéation. Enfin lors de l'implémentation, les prototypes des solutions proposées sont testés sur le terrain. Si une solution est jugée pertinente, elle est améliorée, finalisée et adoptée. Le cas échéant, les designers peuvent répéter les étapes précédentes. Le *design thinking*, au terme de ces quelques décennies

11 BEUDON, Nicolas. Du design thinking au co-design, un panorama historique et méthodologique. In: Ministère de l'Enseignement Supérieur, de la Recherche et de l'Innovation. *Espaces universitaires : osons le co-design et le design thinking!* 2020. pp. 7-20. [en ligne].[Consulté le 14 janvier 2021]. Disponible à l'adresse : https://cache.media.enseignementsup-recherche.gouv.fr/file/Enseignement_superieur/66/6/design_thinking_guide_1237666.pdf

12 GAMBA, Tiphaine, Op. Cit.

d'histoire peut être défini comme un ensemble de compétences qui n'est pas propre à un métier en particulier. Il renvoie à une capacité à résoudre un problème en trouvant des solutions créatives et innovantes, le recours à des modes d'expression non verbaux (dessin, schéma) et la création d'artefacts. Enfin, il est également un état d'esprit (ou *mindset*) qui mêle travail collaboratif, empathie et goût de l'expérience.

Une autre méthode, étroitement associée au design centré utilisateurs est le design de l'expérience utilisateur (ou *UX design*). Elle provient du domaine numérique et est utilisée pour la création d'interfaces homme-machine accessibles, navigables et utiles. La combinaison de ces trois facteurs crée une expérience utilisateur positive et donc donne de la valeur au produit utilisé. La norme ISO 9241-210 définit l'expérience utilisateur comme « (les) réponses et (les) perceptions d'une personne qui résultent de l'usage ou de l'anticipation de l'usage d'un produit, d'un service ou d'un système »¹³. Le bibliothécaire et architecte de l'information Peter Morville propose un diagramme alvéolé définissant les éléments consécutifs de l'expérience utilisateur. Il avance le fait que le produit, service ou système doit être utile, désirable, utilisable, accessible, crédible et repérable, pour être finalement valable. L'UX est donc le produit de l'*UX design*.

13 TOUITOU, Cécile (dir.). *Évaluer la bibliothèque par les mesures d'impacts*. Villeurbanne : Presses de l'enssib, 2016. p.167. La boîte à outils, 37. ISBN 979-10-91281-76-8

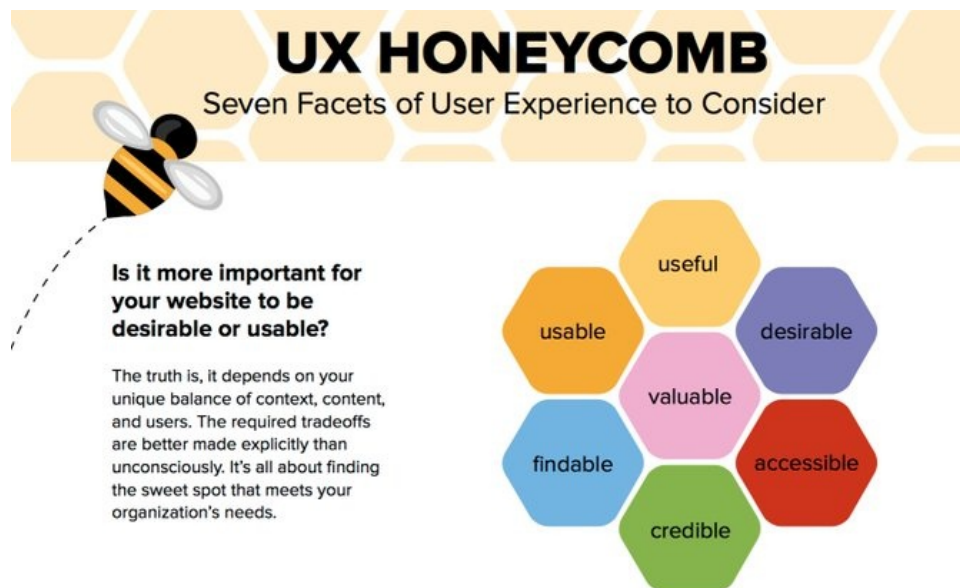


Illustration 1: UX Honeycomb. Peter Morville.
Disponible en ligne à l'adresse :
<https://twitter.com/morville/status/1031899310525431808> [consulté le 29.06.21]

L'*UX designer*, pour travailler l'expérience éprouvée doit d'abord identifier et améliorer les *touchpoints*, ou points de contact, qui lient l'utilisateur et ce dont il fait l'expérience – service, produit ou lieu. Pour cela il passe par plusieurs étapes réflexives qui mêlent des objectifs stratégiques, des enjeux de fonctionnalité et de design. Tout comme le *design thinking*, le processus même de l'*UX design*, varie selon le projet, les outils appliqués et les professionnels y ayant recours. Mais ce processus est synthétisé en quatre grandes étapes se chevauchant en partie : la découverte, la définition, le développement ou prototypage et enfin la réalisation et livraison. À chacune de ces étapes, des outils peuvent être utilisés et des livrables spécifiques conçus. Entretiens, *focus group*, tri de carte, carte heuristique, observation, création de persona... (cf. Annexe A du dossier des annexes, pp. 4-6). Il y a autant d'outils à la disposition du professionnel, qu'il y a, au final, de disciplines mobilisées par l'*UX design*.

L'une d'entre elles est l'ethnographie. Cette science est définie par Claude Lévi-Strauss (1908-2009) comme « l'observation et l'analyse de groupes humains considérés dans leur particularité et visant la restitution, aussi fidèle que possible, de la vie de chacun d'eux. »¹⁴. Cette méthode de recherche appartient au domaine de l'anthropologie, c'est-à-dire l'étude de l'homme dans toutes ses dimensions. L'ethnographie se veut au plus près de son sujet. De fait, il arrive parfois que les termes s'utilisent de manière interchangeable. L'ethnographie nécessite une observation sur un temps long pour comprendre les facteurs qui expliquent des comportements. L'observation est le plus souvent participante, c'est-à-dire que l'observateur est impliqué dans l'expérience du contexte d'étude au même titre que les sujets observés. L'observateur peut également avoir recours à l'observation non participante (*shadowing* en anglais), à des entretiens, ainsi qu'à des artefacts comme des photographies faites par le sujet lors de son expérience d'un lieu.

L'ethnographie s'implique dès les années 1970 dans le champ du design. En 1979, l'anthropologue et sociologue Lucy Schuman participe à l'amélioration des photocopieuses produites par la firme Xerox aux Etats-Unis. Elle introduit ainsi l'ethnographie dans le design d'interaction. Depuis l'ethnographie a été étendue à bien d'autres terrains dont le point commun est de mettre l'accent sur l'expérience des utilisateurs. Tom Kelley, le frère de David Kelley, fondateur de l'agence IDEO, dans son livre *The Ten Faces of Innovation* identifie l'anthropologue comme l'un des professionnels qui peut être source d'innovation grâce à sa compréhension de la manière dont les publics peuvent interagir physiquement et émotionnellement avec un produit ou un service¹⁵. L'ethnographe est à même de comprendre la complexité de ce qui crée l'expérience : son, odeur, texture, séquence, logique... L'American Institute of Graphic Arts (AIGA), une association professionnelle pour le design a établi six étapes du processus de design où

14 Cité par ROHAN CSERMAK, G. « Ethnologie – Ethnographie ». *Encyclopædia Universalis* [en ligne]. [Consulté le 4 mars 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.universalis.fr/encyclopédie/ethnologie-ethnographie/>

15 RØNNING, Frøydis Sollie. Design meets Ethnography. Reflections on design, innovation, value creation and ethnography. *NTNU* [en ligne]. 2015. [Consulté le 24 janvier 2021]. Disponible à l'adresse : <https://www.ntnu.edu/documents/139799/1270604448/Article%2C+Design+meets+Ethnography+Fr%C3%B8ydis+Sollie.pdf/db41878c-7178-458b-bd00-88b3451534d2>

l'ethnographe peut travailler en collaboration avec le designer : 1) définir un problème ; 2) trouver des participants ; 3) planifier l'approche à adopter ; 4) collecter des données ; 5) analyser et interpréter des opportunités ; 6) partager des conclusions¹⁶. L'ethnographie n'est pas une méthode d'évaluation *a posteriori*, ou un simple outil de compréhension du public cible. Elle a un but applicatif certain dans les expériences ici relatées.

1.1.2. Les démarches centrées usagers en bibliothèque dans le monde anglo-saxon

Les démarches centrées usagers apparaissent dans les bibliothèques anglo-saxonnes et le plus souvent au sein des universités. Le recours à l'ethnographie est aidé par une ancienneté de l'utilisation des enquêtes qualitatives, c'est-à-dire une démarche s'appuyant sur des entretiens et des observations, entre autres, pour recueillir des perceptions, des opinions ou des ressentis. Cependant l'ethnographie en bibliothèque universitaire devient populaire à partir du milieu des années 2000. L'étude faite à l'université de Rochester par l'anthropologue Nancy Foster et un groupe de bibliothécaires sur les comportements et les besoins des étudiants inspire de nombreuses autres bibliothèques dont celles de l'Université de Californie, de l'Université Rutgers et de l'Université de Caroline du Nord¹⁷. La publication de *Studying Students: The Undergraduate Research Project at the University of Rochester* en 2007 par Nancy Foster permet de documenter la méthode utilisée. Le projet de très grande ampleur ERIAL, pour *Ethnographic Research in Illinois Academic Libraries*, joue également un rôle dans la diffusion de l'ethnographie en bibliothèque. De 2008 à 2010, près de 600 personnes venant de cinq universités différentes ont participé à une étude sur les pratiques de recherche des

16 American Institute for Graphic Arts (AIGA). *An Ethnography Primer* [en ligne]. [Consulté le 31 janvier 2021]. Disponible à l'adresse : <https://www.aiga.org/ethnography-primer>

17 CARACO, Benjamin. Les Enquêtes ethnographiques en bibliothèque. *Bulletin des bibliothèques de France (BBF)*. 2013. n° 2, pp. 79-95. Également disponible en ligne à l'adresse: <https://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2013-02-0079-002.pdf>

étudiants. L'objectif était de collecter des données permettant le développement de nouveaux services plus adaptés à leurs usagers¹⁸.

L'*UX design* est aujourd'hui implanté dans de nombreuses bibliothèques universitaires anglo-saxonnes. Si les premiers professionnels en poste avaient à cœur d'améliorer les services numériques de leur organisation (site internet, catalogue, plateforme de ressources numériques), certains se sont trouvés sollicités sur des éléments propres aux espaces des bibliothèques, aux services physiques et à la signalétique. Aujourd'hui l'*UX design* touche tous les points de contact qui existent entre la bibliothèque et ses usagers. Sa popularité a permis la création d'une revue scientifique dédiée, *The Weave : The Journal of Library User Experience*. Depuis 2015, un colloque international a lieu chaque année et vise à mettre en contact les bibliothécaires s'intéressant à l'*UX design*, le *design thinking* et l'ethnographie¹⁹.

L'approche design est également très présente dans les bibliothèques de lecture publique canadienne. Une dizaine de projets se sont enchaînés entre 2014 et 2016 à Montréal. Ce sont plus de 500 personnes impliquées dans ce processus lequel mit l'accent sur l'aspect participatif de la méthode. Le plan stratégique du réseau des bibliothèques de la ville pour la période 2016-2019 encouragea ouvertement le recours à l'approche design pour faire des bibliothèques innovantes²⁰.

Les démarches centrées usagers se sont suffisamment diffusées parmi les professionnels des bibliothèques anglo-saxonnes pour qu'il existe désormais des manuels incontournables. C'est le cas d'*Utile, utilisable, désirable* de Aaron Schmidt et de Amanda Etches. L'ouvrage propose de diagnostiquer les différents « points de contact »

18 ASHER, Andrew et MILLER, Susan. *Comment faire de l'anthropologie en bibliothèque* [en ligne]. 2016. [Consulté le 2 mars 2020]. Disponible à l'adresse : https://adbu.fr/competplug/uploads/2016/10/methodes_anthropologie_en_bibliotheques.pdf

19 PRIESTNER, Andy et BORG, Matt (dir.). *User experience in libraries: applying ethnography and human-centred design*. Farnham, Surrey, England ; Burlington, VT : Ashgate, 2016.

20 MARTEL, Marie D. Le design du « care » en bibliothèque : du tiers lieu au lieu d'inclusion sociale. *I2D - Information, données & documents*. 2017. Vol. n° 54, n° 1, pp. 52-54. Également disponible en ligne à l'adresse : <https://www.cairn.info/revue-i2d-information-donnees-et-documents-2017-1-page-52.htm>

(signalétique, espace et meubles, service...) de la bibliothèque, selon un barème à points créé par les deux auteurs. L'enjeu est de remettre en question ce qui peut paraître évident, anodin, ou résultat de la routine des professionnels. Le manuel est traduit bénévolement en 2016 par un groupe de bibliothécaires français coordonné par la conservatrice Nathalie Clot.

Pour l'ethnographie en bibliothèque, c'est le très complet *Comment faire de l'anthropologie en bibliothèque* (2011) qui permet aux bibliothécaires de comprendre l'approche ethnographique. Ses deux auteurs, Andrew Asher et Susan Miller ont participé à ERIAL et s'appuient sur cette expérience pour proposer un guide pratique sur l'ethnographie. L'ouvrage a été traduit en français en 2016 par les conservateurs Nicolas Beudon et Benjamin Caraco.

IDEO, l'agence de consultation en innovation à l'origine de la popularisation du *design thinking*, a dirigé en 2015 la création d'un guide consacré à cette méthode en bibliothèque. Des bibliothèques publiques ont participé à sa création comme la Bibliothèque de Chicago aux États-Unis et la Bibliothèque d'Aarhus au Danemark. Le guide a été traduit de manière bénévole en 15 langues et notamment en français, avec la participation, entre autres, de Nicolas Beudon.

Bien que les démarches centrées usagers soient désormais connues des professionnels et documentées, elles sont loin d'être complètement adoptées. En 2020, les bibliothécaires Scott W.H. Young et Adam Chandler, assistés de l'*UX designer* Zoe Chao ont dressé le portrait de l'utilisation de l'*UX design* et sa maturité dans les bibliothèques américaines. Sur 87 répondants, plus de 75 % situent la maturité de l'*UX design* dans leur lieu de travail entre les stades 3 et 5 sur 8. Le stade 3 correspond à l'organisation d'un groupe de travail consacré à des projets d'*UX design ad hoc*²¹. Le stade 4 est l'existence d'un budget consacré à l'*UX design*. Le stade 5 répond à l'affirmation que l'expérience utilisateur est pleinement

21 En anglais, ce stade s'intitule *Skunkworks UX*, en référence au service *Advanced Development Programs* (ADP) de l'entreprise Lockheed Martin, leader mondial du secteur de la défense. Le terme est désormais utilisé pour désigner un groupe de travail bénéficiant d'une grande autonomie et se focalisant sur des projets innovants.

prise en compte dans les décisions stratégiques et organisationnelles de la bibliothèque. Cependant 34,2 % des répondants se positionnent dans le 3^e stade. À partir des verbatims, les chercheurs ont pu conclure que cette «stagnation » perçue dans plusieurs réponses avait pour point commun un soutien insuffisant de la part de la hiérarchie²².

En 2016, Andy Priestner, l'organisateur des *UXLibs*, citant le sociologue américain Everett Rogers, se base sur la courbe en S de la diffusion d'une innovation pour décrire la situation des démarches centrées usagers²³. Il décrit les participants du congrès comme des innovateurs, les premiers à avoir adopté une innovation. Une fois de retour auprès de leurs collègues, ils partageront avec ceux-ci leur expérience et leurs nouveaux savoirs. Leur réseau proche de collègues sera alors un vivier de potentiels adoptants précoces. Mais entre adoptants précoces et la majorité précoce, c'est-à-dire ceux qui adoptent après le retour des premiers utilisateurs, il existe un gouffre. De l'autre côté de ce gouffre, se trouvent ceux pour qui l'adoption d'une nouvelle pratique telle que l'*UX design* ou le *design thinking* est considérée comme un trop grand changement. Il y a en effet de nombreux obstacles à l'adoption des démarches centrées usagers.

1.1.3. Critiques et obstacles à leur adoption

L'adoption de tout changement dans une organisation, publique ou privée, comporte des obstacles. La résistance au changement est naturelle. Les démarches centrées usagers, sont des méthodes ne relevant pas des compétences bibliothéconomiques. Elles font logiquement l'objet d'interrogations et de doutes de la part des professionnels.

Par exemple, la durée nécessaire à la mise en place d'enquêtes ethnographiques peut être un frein à leur adoption. C'est effectivement une méthode qui implique une grande

22 YOUNG, Scott W.H., CHAO, Zoe et CHANDLER, Adam. User Experience Methods and Maturity in Academic Libraries. *Information Technology and Libraries*, mars 2020, Vol. n°39, n° 1, 31p. Également disponible en ligne à l'adresse : <https://ejournals.bc.edu/index.php/ital/article/view/11787/9921>

23 PRIESTNER, Andy et BORG, Matt (dir.). Opt. Cit. p.13.

implication de la part des acteurs, professionnels comme usagers²⁴. De plus, elle nécessite une certaine rigueur. Une analyse trop superficielle des publics et du contexte met gravement en péril la réussite du projet²⁵. Il en est de même pour l'*UX design*.

Une critique plus grave, sans doute, est celle adressée à l'égard du *design thinking*. Le *design thinking* se veut une approche formalisée qui permet à tout un chacun d'utiliser la manière qu'un designer a d'approcher un projet. Grâce à cette méthode, l'émulsion créative est rationalisée. Mais c'est une approche qui peut paraître paradoxale, car la pensée d'un designer est difficilement transmissible, tant elle est subjective²⁶.

De plus des doutes subsistent sur l'efficacité de la méthode. Des chercheurs de l'université d'Aarhus au Danemark ont suivi pendant près de deux ans des bibliothécaires ayant été formés par IDEO. L'enthousiasme originel a laissé place à la fatigue et à la frustration. Des objectifs de projet flous, peu de résultats concrets émergeant du travail fourni et des difficultés à continuer en parallèle le fonctionnement quotidien de la bibliothèque ; autant d'obstacles qui firent que, sur les cinq membres du groupe, seulement trois continuèrent à travailler en utilisant le *design thinking*²⁷.

Enfin, une critique s'élève depuis plusieurs années au sujet de l'utilisation des approches de design. Le design peut-il être réellement être porté par des non designers ? Un professionnel, quel qu'il soit, peut-il « s'improviser » designer grâce au *design thinking* ou à l'*UX design* ? Matthieu Savary, directeur de l'agence de design service *Userstudio*, met en garde contre le « dépeçage » du design²⁸. Selon lui, plusieurs écueils sont à redouter. Le premier serait de considérer que la co-conception est une valeur absolue, nécessaire à tout

24 CARACO, Benjamin. Op. Cit.

25 Ibid.

26 PAYET, Adrien. Designers partout, design où ça ? *Medium* [en ligne]. 6 février 2020. [Consulté le 11 novembre 2020]. Disponible à l'adresse : <https://medium.com/collectifbam/designers-partout-design-o%C3%B9-%C3%A7a-454d8882228e>

27 BEUDON, Nicolas. L'impact du design thinking. *I2D - Information, données & documents*. 2017. Vol. n°54, n° 1, p. 51. Également disponible en ligne à l'adresse : <https://www.cairn.info/revue-i2d-information-donnees-et-documents-2017-1-page-50.htm>

28 SAVARY, Matthieu. Le design, une méthode ? *User Studio* [en ligne]. 27 juin 2018. [Consulté le 11 novembre 2020]. Disponible à l'adresse : <http://www.userstudio.fr/blog/le-design-peut-il-etre-reduit-a-une-methode/>

projet pour s'assurer de sa réussite. En effet, l'utilisateur n'est pas forcément à même d'exprimer ses vraies attentes ou même d'imaginer la solution la plus fonctionnelle qui répondra à ses besoins. Un second écueil serait de réduire le design à une méthode. Pour Savary, le design est justement l'emprunt de méthodes à d'autres domaines comme le marketing, l'ingénierie, l'ethnographie²⁹... et la façon d'avoir recours à ces méthodes propres à chaque designer. Cela ne peut être formalisé par un cadre méthodologique.

Enfin, les obstacles s'appliquant à tout changement et à tout projet doivent être également pris en compte ici. En effet, un projet est destiné à échouer si les objectifs ne sont pas clairement établis et si les moyens sur lesquels les professionnels pourront compter ne sont pas définis en amont du projet. De plus un projet a de grandes chances d'échouer s'il n'est pas soutenu par la tutelle ou la hiérarchie. De même, les différents acteurs du projet doivent se sentir concernés, impliqués et écoutés. Il est donc impossible d'imposer le recours aux démarches centrées usagers. Elles doivent venir des professionnels eux-mêmes. Leur utilisation doit avoir lieu une fois que des objectifs clairs ont été définis. Enfin, elles nécessitent une compréhension de la démarche globale et de ses écueils³⁰.

1.2. Circulation et adoption de l'innovation

1.2.1. L'innovation : des définitions multiples

L'innovation est un terme composite : à la fois un processus et son produit. Il regroupe des éléments aussi éclectiques que l'invention des grands magasins au XIX^e siècle, celle de la fermeture éclair, du post-it, de la production assistée par ordinateur (PAO) et du self-service au restaurant. L'innovation est communément perçue comme bénéfique. Une absence d'innovation de la part d'une entreprise ou d'une institution pourrait être vue

²⁹ Ibid.

³⁰ CARACO, Benjamin. Op. Cit.

comme une stagnation *a priori* néfaste. L'historien allemand Reinhart Koselleck suggère que l'innovation « est une expression percutante largement utilisée, dont le manque de clarté conceptuelle est si marqué, que celle-là peut être définie comme un slogan »³¹. Définir ce que recouvre l'innovation est d'autant plus complexe, tant elle apparaît polymorphe du fait de sa popularité. Dans son sillage, se côtoient un grand nombre de termes : invention, progrès, changement, nouveauté, créativité...

Le concept a subi des évolutions sémantiques à travers les siècles. L'historien des concepts et des sciences, Benoît Godin le résume ainsi : « [...] [l'innovation] est passée du vice à la vertu, d'un acte de condamnation à un acte d'éloge. »³². Avant le XXe siècle, le concept se construit dans le discours public par sa relation à la religion. L'innovation est alors perçue comme un changement généré par l'homme, par opposition aux évolutions dues à Dieu, à sa création, la nature, ou au hasard. Par conséquent l'innovateur est un marginal, un rebelle. Au XVI^e siècle, des gouvernements européens l'interdisent par décret royal³³. Le terme reste péjoratif pendant de nombreux siècles.

À partir du XX^e siècle, alors que le progrès devient une valeur perçue comme positive pour la société, l'innovation connaît une réhabilitation sémantique. Les premières études théoriques précises de l'innovation apparaissent à cette époque. Bien qu'à la fin du XIXe siècle, l'œuvre du sociologue français Gabriel Tarde offre un premier éclairage sur le sujet. Deux de ses œuvres majeures, *Lois de l'imitation* (1890) et *La logique sociale* (1895) s'attachent à décrire les évolutions sociales dans une « sociologie pure », sans facteurs d'espace ou de temps pris en compte. Ainsi, il fait un constat clair : « Tout n'est socialement qu'inventions et imitations »³⁴. Une innovation est soumise à ce qui est déjà connu. On pourrait qualifier l'innovation de répétition imitative car, par son introduction,

31 Cité par GODIN, Benoît. *L'innovation sous tension : histoire d'un concept*. Québec : Presses de l'Université Laval, 2017. p.12. Monde culturel. ISBN 978-2-7637-2707-3.

32 Ibid. p. 10.

33 Ibid. p. 313.

34 Cité par DJELLAL, Faridah et GALLOUJ, Faïz. Les lois de l'imitation et de l'invention : Gabriel Tarde et l'économie évolutionniste de l'innovation. *Revue économique*. 2017. Vol.n° 68, n°4, p.645. Également disponible en ligne à l'adresse : <https://www.cairn.info/revue-economique-2017-4-page-643.htm>

elle entraîne une nouvelle série d'imitations. Mais l'imitation ne signifie pas copie conforme. Elle crée la diversité puisqu'elle est soumise au contexte et aux agents.

La théorie de la répétition universelle amène Tarde à distinguer l'innovation de l'invention. L'invention est une nouveauté de bien, de processus ou de service. Tandis que l'innovation représente l'invention dans l'écosystème de processus, favorable ou non, à son utilisation³⁵. Il n'existe, en effet, pas de lien mécanique entre l'existence d'une invention et son utilisation dans une aire géospatiale donnée. C'est une idée reprise par le célèbre sociologue américain Everett Rogers dans les années 1970. Il suggère que l'invention correspond à la création d'une nouvelle idée tandis que l'innovation renvoie à son adoption³⁶. Le sociologue français Norbert Alter précise que : « [...] le passage de l'invention à l'innovation repose sur une transformation simultanée des relations économiques, sociales et symboliques du terrain d'accueil. »³⁷. L'invention est donc l'idée, indépendante de contraintes. L'innovation est son articulation avec un milieu social ou économique.

À l'aube du XXe siècle, le terme ne se contente plus de désigner un verbe et son résultat. Il apparaît désormais comme un processus, débutant avec l'apparition d'une invention et s'achevant avec son adoption, voire sa généralisation.

Le fondement de l'étude sur l'innovation se trouve dans le travail de l'économiste autrichien Joseph A. Schumpeter. Il offre avec sa *Théorie de l'évolution économique* (1912), une analyse des mouvements du capitalisme, ses ruptures ainsi que ses accélérations, en somme, ses innovations. Le problème fondamental qui se pose concerne les origines de l'innovation. Pour l'expliquer, il a recours à la figure de l'entrepreneur³⁸. Dans le sens schumpétérien, l'entrepreneur désigne une fonction et non une profession. Il est celui qui

35 ALTER, Norbert. 1. L'innovation : un processus collectif ambigu. In : *Les logiques de l'innovation* [en ligne]. Paris : La Découverte, 2002. p.16. Recherches. [Consulté le 12 janvier 2021]. Disponible à l'adresse : <https://www.cairn.info/les-logiques-de-l-innovation--9782707136954-p-13.htm>

36 GODIN, Benoît, Op. Cit. p. 333.

37 ALTER, Norbert, Op. Cit. p.17.

38 Ibid. p. 16.

introduit l'innovation. L'entrepreneur se caractérise par son audace dans un environnement qui peut s'avérer résistant au changement. Il lève les obstacles de différentes natures (sociologique, technique, juridique ou autres) qui empêchent une invention de devenir innovation. De plus, ce créatif possède une capacité combinatoire d'où naît l'innovation. Si le portrait ainsi dépeint est depuis contesté pour son romantisme, il n'en a pas moins fait date.

Schumpeter insiste ainsi sur l'idée que l'innovation est une nouvelle combinaison d'éléments connus auparavant. Dans ses premiers écrits, les termes d'« exécution de nouvelles combinaisons productives », sont préférés à celui d'« innovation ». L'innovation est une recombinaison de ressources déjà existantes (biens, méthode de production ou d'organisation, matières premières). Une vision que partage par ailleurs Tarde qui parle de l'innovation comme une « combinaison originale d'imitations »³⁹.

L'intérêt universitaire porté à l'innovation augmente significativement dans les années 1960. Les moteurs d'un nombre important de ces recherches sont les gouvernements et les organisations internationales. Leur objectif est d'affiner les processus de Recherche et Développement (R-D) dans le secteur civil mais surtout dans le secteur militaire. Pour expliquer l'innovation, se côtoient alors les sciences économiques, le management, la sociologie et les naissantes sciences de l'information et de la communication. Cependant, jusque dans les années 1980, il existe très peu d'interactions entre ces différentes disciplines.

Définir l'innovation est aujourd'hui encore tâche ardue tant son espace conceptuel est vaste. Il englobe des termes et idées disparates. Il est fréquent de voir se côtoyer dans les travaux scientifiques un vocabulaire diversifié, interchangeable renvoyant à l'innovation. À la fin des années 1980, l'ingénieur Stephen Kline et l'économiste Nathan Rosenberg, pour mieux identifier ce qu'est l'innovation dans sa dimension industrielle et

39 Cité par JELLAL, Faridah et GALLOUJ, Faïz, Op. Cit. p.651.

commerciale, décident de décrire ce qu'elle n'est pas⁴⁰. Sous le terme de modèle linéaire, ils décrivent ce qui semble être, pour eux, une mésinterprétation répandue de ce qu'est l'innovation. Le modèle linéaire fait de l'innovation le produit d'un processus d'étapes linéaires où la phase de recherche et d'invention est primordiale. Kline et Rosenberg contestent cette idée. L'innovation est le fruit d'un processus itératif. Un échec ou un obstacle à n'importe quelle étape de la production ou adoption de l'innovation entraînent la reconsidération des étapes précédentes. Ce processus long et complexe aboutit à des résultats qui étaient imprévisibles à la première étape de recherche.

Ce phénomène de ré-adaptation pousse Kline et Rosenberg à considérer que l'adaptation d'une innovation dans un nouveau contexte, entraîne naturellement des ajustements et peut aboutir à une nouvelle innovation, se démarquant de l'originelle⁴¹. Schumpeter serait enclin à considérer cette nouvelle forme comme une imitation. Cependant, en suivant le raisonnement de Kline et Rosenberg, l'innovation est relative et ne peut s'avérer nouvelle que pour l'acteur et le contexte dans lequel il évolue. Rogers définira l'innovation comme « une idée, une pratique ou un objet qui est perçu comme nouveau par un individu ou un collectif d'adoption »⁴². Une idée appuyée par Françoise Cros, Professeure des Universités en sciences de l'éducation, qui a étudié l'innovation dans le champ de la formation, « peu importe qu'une innovation soit réellement nouvelle ou pas ; le plus important est qu'elle le soit pour l'ensemble concerné »⁴³. L'innovation serait donc subjective, car elle dépend des acquis actuels des acteurs.

40 FAGERBERG, Jan. Innovation: A Guide to the Literature. In : FAGERBERG, Jan (éd.) et MOWERY, David C. (éd.), *The Oxford Handbook of Innovation* [en ligne]. Oxford : Oxford University Press, 2009. pp. 27. [Consulté le 22 janvier 2021]. Disponible à l'adresse : <http://oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780199286805.001.0001/oxfordhb-9780199286805-e-1>

41 Ibid.

42 Cité par MERCURI CHAPUIS, Sylvaine et DE BOVIS VLAHOVIC, Camille. VII. Everett Mitchell Rogers. Cultiver la diffusion des innovations. In : BURGER-HELMCHEN, Thierry (dir.). *Les Grands Auteurs en Management de l'innovation et de la créativité*. Caen : EMS Éditions, 2016. p. 139 Grands auteurs. ISBN 978-2-84769-812-1.

43 CROS Françoise. L'innovation en éducation et en formation. *Revue française de pédagogie*, Vol. n° 118, 1997. p. 130. Également disponible en ligne à l'adresse : https://www.persee.fr/doc/rfp_0556-7807_1997_num_118_1_1181

Bien qu'une ambiguïté persiste sur ce qu'est l'innovation et qu'un modèle explicatif n'ait pas fait consensus, il existe des éléments fondamentaux sur lesquels les théoriciens s'accordent. L'innovation est la concrétisation d'une invention dans un contexte social, technique et culturel. Elle est un processus né de la combinaison de facteurs et d'inventions qui la précèdent. Son résultat n'est pas prévisible de prime abord et ses formes sont variées.

1.2.2. Typologie des innovations

L'innovation est longtemps restée associée à l'invention technologique. Cela s'explique par le contexte historique et culturel dans lequel s'inscrit la réhabilitation sémantique du terme. Cette connotation donne à l'innovation une portée industrielle et commerciale qui perdure. Elle est alimentée par le discours des gouvernements et des organisations internationales dont le but est d'encourager l'innovation en tant que moteur économique. Cependant nombre de théoriciens s'appliquent à distinguer ses différentes formes. On pourrait qualifier ces distinctions, de différenciation par objet.

Schumpeter catégorise ainsi cinq types d'innovation : un nouveau produit (bien ou service), un nouveau procédé, une nouvelle source de matières premières, l'exploitation de nouveaux débouchés économiques et une nouvelle manière d'organiser le marché.

D'autres catégories ont été proposées avec le temps, bien qu'on retrouve des similitudes avec celles définies par Schumpeter. La collecte d'informations sur de nombreux cas d'innovations ayant eu lieu dans les années 1980 a permis l'élaboration du manuel d'Oslo, rédigé par l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) en 1992 et mis à jour en 2005. Le manuel a pour but de faciliter et harmoniser le recueil et l'interprétation des données concernant l'innovation. Depuis sa troisième édition, il distingue quatre types d'innovation : procédé, produit, organisation et commercialisation.

Le sociologue Gérard Gaglio propose de retenir cinq domaines d'innovation assez perméables⁴⁴ : 1) les innovations de produit qui désignent des biens ou des objets technologiques, 2) les innovations de procédé qui consistent en des méthodes et des techniques de production ou de vente, 3) les innovations organisationnelles et managériales qui renvoient à l'organisation du travail. Il faut cependant préciser qu'une innovation organisationnelle ne se concrétise pas dans une technique particulière. Ce sont les appropriations qui en sont faites et la façon dont celles-ci changent le travail de l'entreprise ou de l'institution qui représentent l'innovation, 4) les innovations de service et 5) les innovations sociales qui concernent le plus souvent les secteurs et domaines non-marchands comme la santé, l'environnement, l'éducation ou la lutte contre les discriminations. Ces dernières sont des innovations multiformes étant donné qu'elles peuvent elles-mêmes relever d'innovations organisationnelles, de produits ou de services.

La prise en compte de l'innovation dans les secteurs non marchands apparaît tardivement dans les théories de l'innovation, qui sont historiquement portées par une pensée économique. Le professeur en économie et en gestion Pierre-Charles Pupion propose la typologie suivante pour les innovations dans le secteur public :

- « - l'innovation de processus axée sur le cœur technologique ou administratif de l'organisation. Elle correspond à la création de nouvelles formes d'organisation, l'introduction de nouvelles méthodes et techniques de gestion ou de travail, et la création ou l'introduction de nouvelles technologies. C'est à ce type d'innovation que les démarches centrées usagers appartiennent ;
- l'innovation de produit ou de service se réalisant par la création de nouveaux services ou produits publics ;
- l'innovation de gouvernance se faisant par le développement de nouvelles voies et processus pour résoudre des problèmes sociétaux spécifiques ;

⁴⁴ GAGLIO, Gérard. *Sociologie de l'innovation* [en ligne]. Paris : Presses Universitaires de France, 2011. Que sais-je ? ISBN 978-2-13-058575-6. Également disponible à l'adresse : <https://www.cairn.info/sociologie-de-l-innovation--9782130585756.htm>

- l'innovation conceptuelle correspondant à l'introduction de nouveaux concepts, cadres de référence ou nouveaux paradigmes permettant de recadrer la nature de problèmes spécifiques ainsi que leurs possibles solutions. »⁴⁵

Les causes d'innovation dans un secteur marchand sont généralement liées au profit et à la plus-value que l'on peut tirer d'une nouveauté dans un contexte compétitif. Dans le secteur public, l'innovation doit être bien fondée et doit être source de valeur pour le public fréquentant l'institution⁴⁶.

Outre les diverses différenciations par objet, évoquées jusque-là, il est également possible de faire une typologie des innovations sur la base de leur degré d'intensité.

Schumpeter fait le constat qu'il existe des périodes où les innovations s'enchaînent par grappes tandis qu'à d'autres moments, elles se font rares. Il explique ce phénomène en distinguant des formes d'innovations, dépendantes l'une de l'autre : les innovations radicales et les innovations incrémentales⁴⁷. Les premières, qui consistent en des inventions de grande ampleur et discontinues, créent des opportunités sur la base de laquelle les secondes naissent. Celles-ci sont de moindre ampleur, bien que souvent d'un intérêt économique plus important, et sont continues aux innovations qui précèdent. Par exemple, la télévision est une innovation radicale, car elle correspond à un produit complètement nouveau, créant un nouveau marché. Mais depuis de nombreuses décennies les technologies qui la composent n'ont que peu changé. Chaque amélioration faite représente une innovation incrémentale.

45 PUPION, Pierre-Charles. L'innovation dans le secteur public, *Gestion et management public*. 2018. Vol. n° 6, n° 4, pp. 6-8. Également disponible à l'adresse :<http://www.cairn.info/revue-gestion-et-management-public-2018-2-page-6.htm?ref=doi>

46 DEISS, Kathryn J., Innovation and Strategy : Risk and Choice in Shaping User-Centered Libraries, *Library Trends*. 2004. Vol. n° 53, n°1, p.19. Également disponible en ligne à l'adresse : <http://liaisonprograms.pbworks.com/f/deiss.pdf>

47 PÉNIN, Julien. I. Joseph Aloïs Schumpeter. Père de l'économie et de la gestion de l'innovation ? In : BURGER-HELMCHEN, Thierry (dir.). *Les Grands Auteurs en Management de l'innovation et de la créativité*. Caen : EMS Éditions, 2016. p 21-22. Grands auteurs. ISBN 978-2-84769-812-1.

Pour préciser l'articulation entre innovation radicale et innovation incrémentale, le chercheur et entrepreneur, Christopher Freeman propose de revoir la place de l'utilisateur dans le processus d'innovation incrémentale. Ce sont les techniciens et ingénieurs, en tant qu'utilisateurs des innovations radicales, qui comprennent les rouages de production et qui peuvent en proposer des améliorations. Freeman avance ainsi l'idée qu'il existe un « apprentissage par la pratique »⁴⁸. L'innovation incrémentale naît de l'utilisation de l'innovation radicale et de l'usage qui en est fait.

L'économiste américain Clayton M. Christensen propose une troisième façon de catégoriser une innovation. Il définit une innovation disruptive, parfois traduite par innovation de rupture, comme une innovation qui, dans une logique de réduction des coûts, propose un produit ou un service existant mais innovant par son accessibilité. Un exemple frappant est celui du micro-ordinateur, dont les performances sont moindres par rapport à un ordinateur de bureau moyenne gamme. Mais ce produit a permis à une tranche de consommateurs d'accéder pour la première fois à un ordinateur. L'innovation disruptive peut également être une innovation de service, c'est le cas des compagnies aériennes *lowcost* avec leurs prix défiant toute concurrence⁴⁹.

Enfin, le sociologue Antoine Hennion propose de catégoriser les innovations en fonction de leurs récits et de leurs réécritures au sein de l'organisation⁵⁰. Hennion avance le fait que l'innovation est le fruit d'une narration faite de va-et-vient. Elle traduit la perception que l'organisation a d'elle-même et de sa réalité. À partir de l'analyse de plusieurs cas d'innovations très différents faits au sein de la même entreprise, il définit trois catégories

48 BOUTILLIER, Sophie et LAPERCHÉ, Blandine, II. Christopher Freeman. La systémique de l'innovation. In : BURGER-HELMCHEN, Thierry (dir.). *Les Grands Auteurs en Management de l'innovation et de la créativité*. Caen : EMS Éditions, 2016. p. 43 Grands auteurs. ISBN 978-2-84769-812-1.

49 BARNU, Franck. 1. Vade-mecum de l'innovation. In: JACQUINET, Marie-Christine (dir.). *Créer des services innovants: Stratégies et répertoire d'actions pour les bibliothèques*. Villeurbanne: Presses de l'enssib, 2011. Également disponible en ligne à l'adresse: <http://books.openedition.org/pressesenssib/519>

50 HENNION, Antonin. L'innovation comme écriture de l'entreprise. In : MUSTAR, Philippe et PENAN Hervé (dir.), *Encyclopédie de l'innovation*. Paris : Économica, 2003. p. 131-152. Également disponible en ligne à l'adresse : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00193140/document>

d'innovations. Les premières sont les innovations « politiques » qui sont le fruit de la volonté de la hiérarchie de l'organisation. Ce sont, par définition, des innovations auxquelles des moyens conséquents peuvent être octroyés et qui sont suivies en interne avec une communication intense entre les acteurs. Les innovations « commando » sont, quant à elles des opérations *ad hoc* dont la gestion se fait en autonomie entre les agents concernés. Tandis que l'innovation « courante » se fait par essais-erreurs, en transformation et en apprentissage continu. Elle est complètement dépendante du contexte, de ses logiques internes et des réseaux d'acteurs déjà en place. De fait, c'est le cas d'innovation qui ne s'analyse qu'*a posteriori* tant « cette activité ordinaire, qui rapproche l'industrie de la vie domestique, mêle sans arrêt le métier et l'amitié »⁵¹.

1.2.3. Adoption et circulation d'une innovation

La création d'un modèle pour expliquer la diffusion de l'innovation est rapidement devenue un enjeu pour les auteurs travaillant sur le sujet. Tarde, comme Schumpeter ont proposé des explications qui ont été la base de nombreuses autres théories élaborées par la suite. Aujourd'hui on peut distinguer plusieurs modèles.

Le premier, le modèle épidémiologique, trouve ses origines dans les théories économistes et notamment celle de Schumpeter. Son nom renvoie cependant à sa popularité dans le secteur de la médecine. Schumpeter distingue trois étapes dans la diffusion d'une innovation⁵². Dans la première, des marginaux, se tenant à l'extérieur des logiques classiques du marché, conçoivent une combinaison à risque, une innovation. Lorsque celle-ci apparaît comme une source potentielle de profit (financier ou pas), elle est adoptée et adaptée par ceux que Schumpeter désigne comme des imitateurs. Ils sont à l'origine de grappes d'innovations secondaires, incrémentales, rendues possibles par

⁵¹ Ibid.

⁵² ALTER, Norbert, Op. Cit. p.21.

l'innovation initiale. Enfin, dans une troisième étape, le système économique se recompose autour des innovations et les stabilise, créant un nouvel ordre social.

Ce modèle trouve sa forme dans une courbe logistique en S. Les pionniers, premiers à avoir recours à l'innovation, sont peu nombreux. Les suivants à adopter l'innovation, les « imitateurs », représentent une plus grande part des adoptants. Enfin, un dernier groupe marginal, les réfractaires, ne sont pas convaincus par l'innovation. À ce stade, l'innovation s'est généralisée.

C'est ce modèle que Rogers précise avec son œuvre majeure, *Diffusion of Innovation* (1962). Il identifie cinq groupes d'adoptants à placer sur la courbe en S : les *aventuriers*, les *visionnaires*, la *majorité pragmatique*, la *majorité sceptique* et les *lambins*⁵³. Il existe un abîme entre le premier groupe, constitué des aventuriers et visionnaires, individus, faciles à convaincre, et le second, rassemblant la majorité pragmatique, sceptique et les lambins. Pour relier les deux groupes, des agents du changement se chargent de jouer le rôle de médiateurs. Ils prennent en compte les retours d'expérience des premiers adoptants et ajustent, si besoin, les informations à transmettre au second groupe pour le convaincre⁵⁴.

Son approche méthodologique de la diffusion de l'innovation combine recherches-actions et analyses quantitatives et met la communication au centre du modèle. En se basant sur des travaux antérieurs, notamment ceux de Bryce Ryan, Neal C. Gross, Elihu Katz et George Beal, il cherche à définir les facteurs ayant une influence sur la diffusion d'une innovation. Pour cela, il décrit un processus séquentiel en cinq étapes amenant à adopter ou non une innovation⁵⁵. La première est la connaissance, où l'individu fait

53 Il est à noter que dans ses œuvres précédentes et sa première édition de *Diffusion of Innovation*, Rogers utilisait des désignations différentes : les innovateurs (*innovators*), les adoptants précoces (*early adopters*), la majorité précoce (*early majority*), la majorité tardive (*late majority*) et les retardataires (*laggards*).

ROGERS, Everett M. *Diffusion of innovations*. New York : Free Press of Glencoe, 1962. p. 162. ISBN 978-0-02-926670-0.

54 MERCURI CHAPUIS, Sylvaine et DE BOVIS VLAHOVIC, Camille, VII. Everett Mitchell Rogers. Cultiver la diffusion des innovations. In : BURGER-HELMCHEN, Thierry (dir.). *Les Grands Auteurs en Management de l'innovation et de la créativité*. Caen : EMS Éditions, 2016. p. 136 Grands auteurs. ISBN 978-2-84769-812-1.

55 Ibid. p.140.

l'apprentissage de l'innovation et de ses caractéristiques. La deuxième étape est la persuasion, où l'individu a une position favorable ou défavorable face à l'innovation. Dans le premier cas, il cherche activement des informations sur l'innovation. Durant cette étape, la possibilité d'observer et d'essayer joue un rôle important. Puis, dans la troisième étape, l'individu a toutes les informations et pèse le pour et le contre pour accepter ou rejeter l'innovation. En cas de rejet, cela peut amener plus tard à une adoption tardive ou à un rejet confirmé. La quatrième étape est la mise en œuvre ou le déploiement de l'innovation. Enfin la cinquième étape est la confirmation, où l'individu évalue son choix et décide de persister dans son utilisation de l'innovation ou de l'abandonner.

Rogers met en avant l'influence des canaux d'information, de l'influence sociale et des leaders d'opinion dans ce processus d'adoption⁵⁶. Les médias jouent un rôle dans la prise de connaissance d'une innovation mais Rogers souligne l'importance des relations interpersonnelles dans l'adoption. Les proches et les personnes de confiance ont en effet un plus grand pouvoir de persuasion. On peut également différencier les facteurs endogènes à l'adoption, propres à l'innovation, des facteurs exogènes, propres au terrain d'accueil. Parmi les premiers, on trouve la simplicité et la facilité d'utilisation ou d'implémentation de l'innovation, l'observabilité des résultats qui réduit l'incertitude et engendre un bouche-à-oreilles, la possibilité d'essayer, la compatibilité avec les valeurs et les pratiques actuelles de l'individu et enfin l'avantage relatif, qui est la perception que l'innovation est plus performante que d'autres solutions auxquelles l'individu pourrait avoir recours.

De nombreuses critiques se sont élevées à l'encontre de la théorie diffusionniste de Rogers bien que celle-ci reste incontournable et le fondement de nombreux travaux. Le modèle est cependant parfois qualifié de « pro-innovation » car il semble partir du postulat suivant : le processus d'innovation se traduit inéluctablement par l'adoption et la stabilité, voire la généralisation de l'adoption. Les réfractaires à son adoption sont considérés comme des marginaux. La possibilité de conséquences néfastes à l'adoption de

⁵⁶ Ibid. p. 136.

l'innovation n'est pas envisagée. De plus, la place de l'individu face à la diffusion est souvent critiquée. Le modèle porte le nom de modèle épidémiologique, car les usagers sont passifs par rapport à l'innovation et celle-ci, telle une épidémie, se propage purement mécaniquement. Les individus sont considérés par Rogers, comme des consommateurs rationnels et homogènes. Alors qu'il existe de réels obstacles cognitifs à l'adoption comme l'attitude face au risque des potentiels adoptants, la surcharge cognitive en cas de masse d'informations trop importante pour comprendre l'innovation ou la dissonance cognitive lors de remise en cause de croyances ou de pratiques actuelles⁵⁷... De plus, les freins à l'adoption sont différents selon les types d'innovation. Les innovations de processus liées au cœur administratif et organisationnel sont plus invisibles que les innovations technologiques et naturellement plus difficiles à adopter⁵⁸. Leurs coûts ne sont pas liés aux aspects financiers de l'organisation, mais à leur phase de mise en usage qui implique des coûts d'apprentissage ainsi que des changements dans les routines organisationnelles déjà en place. En outre, leur performance est moins facilement mesurable. Par conséquent, leurs avantages perçus sont moindres par rapport à d'autres types d'innovation⁵⁹.

D'autres modèles expliquant l'adoption sont proposés, chacun offrant une approche différente. Par exemple, le modèle interactionniste, avec son approche psychosociologique, souligne l'importance des effets individuels qui influent, persuadent et convainquent un individu.

Mais l'un des modèles ayant eu un succès retentissant dans le champ des sciences de gestion est la Théorie de l'Acteur Réseau (TAR). Créé en 1980, ce modèle est l'œuvre d'un groupe de sociologues rassemblés autour de Michel Callon, Bruno Latour et Madeleine Akrich, tous trois appartenant au Centre de Sociologie des Innovations (CSI) de l'école des

57 ABID-ZARROUK, Sandoss Ben. Innovations pédagogiques, incertitude et biais cognitifs. *Recherches & éducatives*. [en ligne]. 1 juin 2012. N° 6, pp. 55-70. [Consulté le 25 janvier 2021]. Également disponible en ligne à l'adresse : <https://journals.openedition.org/rechercheseducations/1223>

58 DUBOULOZ, Sandra. Les barrières à l'innovation organisationnelle : Le cas du Lean Management. *Management international* [en ligne]. 28 novembre 2013. Vol. 17, n° 4, pp. 121-144. [Consulté le 10 juin 2021] DOI 10.7202/1020673ar. Également disponible en ligne à l'adresse : <http://id.erudit.org/iderudit/1020673ar>

59 Ibid.

Mines de Paris)⁶⁰. La théorie est parfois appelée « sociologie de la traduction » ou « modèle par traduction ». Il met en exergue le développement des sphères d'influence et de jeux de pouvoir autour de l'adoption d'une innovation. La grande originalité du modèle est de mettre sur un même pied d'échelle tous les composants qui jouent sur l'adoption ou non d'une innovation : les éléments contextuels, techniques, sociologiques ainsi que les acteurs humains, leurs discours, leurs connaissances et savoirs et les justifications rationnelles. Humains et non-humains sont ici appelés « actants » et sont unis dans un réseau socio-technique maillé de relations, partenariats et collaborations divers.

Le processus de l'innovation est résumé en quatre étapes dans la TAR⁶¹. La première est la *problématisation* où un acteur définit le problème rencontré après analyse de la situation et propose une solution. L'*intéressement* est la prise de conscience par d'autres acteurs de la solution proposée. L'*adhésion* survient lorsque la solution est acceptée comme un nouveau concept. Cela a pour conséquence la création de nouveaux réseaux autour de celui-ci. Enfin la *mobilisation* intervient lorsque le réseau s'attelle à la réalisation de la solution. Le processus de l'innovation tel qu'il est proposé par Callon, Latour et Akrich apparaît comme fondamentalement moins linéaire, car issu du travail collectif et permanent d'actants hétérogènes non hiérarchisés. Son destin est régi par la participation et les compromis de chacun.

Bien que les modèles diffèrent en de nombreux points, il est désormais des éléments considérés comme fondamentaux et acquis. L'innovation est un processus itératif où se jouent des interactions complexes entre facteurs contextuels, actants humain et non-humain. L'appropriation d'une innovation représente sa stabilisation voire sa légitimation dans le quotidien des acteurs.

60 MAHIL, Aziza et TREMBLAY, Diane-Gabrielle. Théorie de l'acteur-réseau. In : BOUCHARD, Frédéric, DORAY, Pierre et PRUD'HOMME, Julien (éd.), *Sciences, technologies et sociétés de A à Z* [en ligne]. Montréal : Presses de l'Université de Montréal, 2015. pp. 234-237. [Consulté le 25 janvier 2021]. Également disponible en ligne à l'adresse : <http://books.openedition.org/pum/4363>

61 COLLIN, Paul Marc, LIVIAN, Yves-Frédéric et THIVANT, Eric. VIII. Michel Callon et Bruno Latour. La théorie de l'Acteur-Réseau. In : *Les Grands Auteurs en Management de l'innovation et de la créativité*. Caen : EMS Editions, 2016. pp. 157-178. Grands auteurs. ISBN 978-2-84769-812-1.

1.3. Innover en bibliothèque

Les bibliothèques sont des lieux d'accès à la culture et à l'information. Dans un contexte de rareté des biens culturels, l'enjeu de l'accès à ceux-ci a été l'une des missions des bibliothèques. Cependant, depuis plusieurs années la lecture est en recul progressif en France et l'émergence du web a amené le développement de nouvelles pratiques culturelles. Ces technologies ont permis une facilitation de l'accès à l'information et aux contenus culturels. De plus, il existe une certaine forme d'évitement par rapport aux institutions publiques pour certains usagers potentiels, notamment les jeunes. C'est également une période caractérisée par un processus d'individualisation qui entraîne un recul de l'autorité qu'exerçaient les institutions publiques. Les conséquences pour les bibliothèques sont aisées à identifier. L'usage des collections a baissé, consultation comme emprunt⁶².

À tel point qu'à l'aube du XXI^e siècle on a vu s'élever des voix prédisant la mort des bibliothèques. Malgré ces funestes discours, les bibliothèques ont survécu. Leur nombre aurait même augmenté. Elles se sont adaptées aux nouveaux besoins et attentes que pouvaient avoir leurs publics. Face à la fragilisation de l'intérêt pour les collections physiques et à leur usage, elles ont proposé de nouvelles ressources et de nouveaux moyens pour y accéder. Elles ont pris en compte la diversité des pratiques culturelles contemporaines. Mais l'évolution a été plus profonde. Un glissement s'est opéré des activités de gestion-distribution de contenus vers une logique de service. La première pouvait être mesurée simplement par le nombre d'inscrits et d'emprunts. La seconde demande d'interroger la satisfaction des usagers, de s'intéresser à leur perception de la bibliothèque et l'impact qu'elle a sur eux.

62 EVANS, Christophe. Sociologie des publics des bibliothèques : le métier d'usager. In : HENARD, Charlotte (dir.). *Le métier de bibliothécaire*. 13^e éd. Paris : Éditions du Cercle de la librairie, 2019. pp. 211-222. ISBN 978-2-7654-1578-7.

1.3.1. Les voies de communication au sein d'un groupe professionnel à l'unité ambiguë

Notre sujet nous amène à nous interroger sur les voies de circulation de pratiques extérieures au monde des bibliothèques, au sein de cette profession. Pour mieux comprendre les phénomènes en jeu, il est pertinent de mobiliser le champ de la sociologie des groupes professionnels. Par groupe professionnel, on entend un ensemble de travailleurs exerçant une activité semblable, désigné et se désignant par le même nom. Ils sont généralement liés par une histoire commune, des valeurs similaires, un corpus partagé de savoir-faire et une légitimité symbolique⁶³. Cependant les professionnels des bibliothèques de lecture publique et de l'enseignement supérieur exercent dans deux environnements juridiquement distincts. Suite à la suppression, en 1975, de la Direction des bibliothèques et de la lecture publique, les BU⁶⁴ sont rattachées au Ministre de l'Enseignement supérieur et les bibliothèques de collectivités locales sont placées sous la tutelle du Ministre de la Culture. Certains bibliothécaires ont perçu cet événement comme la cassure de l'« unité professionnelle »⁶⁵. Peut-on alors parler d'une unique et même communauté de professionnels ? Quelles peuvent-être les voies de circulation de pratiques extérieures, au sein de ces communautés potentiellement séparées ?

Les bibliothécaires ont longtemps été des membres de l'élite lettrée dont la mission principale était la conservation du patrimoine intellectuel. La professionnalisation ainsi que la distinction entre deux environnements d'exercice, bibliothèques de lecture publique et bibliothèques universitaires, sont des processus progressifs. Dans le courant du XIXe siècle, les toutes premières formations dédiées aux futurs personnels des bibliothèques d'études et de recherche sont créées. Ainsi, en 1821, l'École nationale des

63 DEMAZIÈRE, Didier et GADÉA, Charles. Introduction. In : *Sociologie des groupes professionnels*. Paris : La Découverte, 2009. pp. 13-24. Recherches. ISBN 978-2-7071-5214-5.

64 Abbréviation de « bibliothèque universitaire »

65 BERTRAND, Anne-Marie. Approche archéologique et généalogique du métier. In : CALENGE, Bertrand, *Bibliothécaire, quel métier ?* Paris : Éditions du Cercle de la Librairie, 2004. p. 22. Collection Bibliothèques.

chartes voit le jour. Dans la seconde moitié du siècle, les bibliothèques universitaires, à l'instar des universités elles-mêmes, connaissent une profonde réorganisation. Aussi, pour s'assurer le recrutement d'un personnel compétent, le Certificat d'aptitudes aux fonctions de bibliothécaires (CAFB) est créé en 1879. La création du Diplôme supérieur de Bibliothèque (DSB) en 1950 et de l'École nationale supérieure de bibliothécaires (aujourd'hui École nationale supérieure des sciences de l'information et des bibliothèques ou Enssib) en 1963, assoit le processus de professionnalisation. La reconnaissance progressive, bien que plus tardive, par l'État et par les professionnels eux-mêmes du besoin d'une lecture publique ouverte à tous amène à la mise en place d'un nouvel CAFB en 1951.

La formation initiale, pré-concours comme post-concours, participe de la reconnaissance juridique et institutionnelle d'une communauté professionnelle. Elle contribue également à l'émergence d'une culture et d'une identité commune, car elle réunit de futurs professionnels appelés à exercer dans des milieux différents tout en leur transmettant un socle de connaissances partagées⁶⁶. Ces savoirs et pratiques sont ré-actualisés grâce à la formation tout au long de la vie, encadré par loi n°83-634 du 13 juillet 1983, dite loi Le Pors. De nombreux opérateurs accompagnent les professionnels des bibliothèques dans cette démarche. Certains sont spécifiques à l'environnement d'exercice. C'est le cas des médiathèques départementales ou des structures régionales pour le livre et la lecture qui proposent des formations pour le personnel des collectivités territoriales. D'autres, cependant, accueillent les deux types de professionnels, à l'instar des Centres Régionaux de Formation aux Carrières des Bibliothèques, du Livre et de la Documentation (CRFCB ou CFCB). Les formations proposées par certaines associations professionnelles comme l'Association des bibliothécaires de France (ABF) sont aussi destinées aux deux types de public. La création en 1906 de l'ABF, a représenté une étape importante de la professionnalisation du métier, car elle s'est donné pour mission de favoriser la formation

⁶⁶ UTARD, Jean-Claude. La reconnaissance sociale des bibliothécaires. In : CALENGE, Bertrand, *Bibliothécaire, quel métier?* Paris : Éditions du Cercle de la Librairie, 2004. pp. 63-77. ISBN 978-2-7654-0890-1.

des bibliothécaires et de les rassembler dans une dynamique commune. Une organisation professionnelle est un lieu de débat mais aussi de mobilisation. Elle œuvre en faveur de la reconnaissance de la légitimité de la profession⁶⁷. Celle-ci passe par la reconnaissance d'un corps de bibliothécaires en 1992 qui est suivie par une progressive harmonisation des statuts pour une équivalence partielle entre professionnels de l'enseignement supérieur et des collectivités territoriales.

D'autres mécanismes œuvrent à la normalisation des pratiques professionnelles, confortant l'identité collective des bibliothécaires. C'est le cas de la presse spécialisée avec les revues institutionnelles comme le *Bulletin des bibliothèques de France (BBF)* publié par l'Enssib, *Bibliothèque(s)* de l'ABF ou encore *I2D* de l'ADBS, l'organisation professionnelle des métiers de l'information et de la documentation. D'autres titres sont des sources d'information pour les bibliothécaires, mais ils sont polarisés vers un environnement plus qu'un autre. *LivreHebdo* et la *Gazette des Communes* sont deux revues intéressant plus spécialement le personnel des collectivités locales. Tandis qu'*Archimag* est destiné aux bibliothécaires de l'enseignement supérieur et aux professionnels de la documentation. Concernant la littérature professionnelle monographique, la sociologue Cécile Rabot a mis en évidence qu'il existe très peu d'écrits sur le métier de bibliothécaire émanant d'acteurs extérieurs à la profession, sociologues ou historiens. La grande majorité des ouvrages a pour auteurs les bibliothécaires eux-mêmes. Ils sont destinés aux nouveaux entrants dans le métier mais permettent également la solidification de connaissances pour ceux déjà en poste⁶⁸. Il s'agit alors de manuels ou de guides qui ont une valeur normative importante à l'instar du célèbre *Métier du bibliothécaire*, réédité à treize reprises aux Éditions du Cercle de la Librairie.

⁶⁷ Ibid.

⁶⁸ RABOT, Cécile. *Les choix des bibliothécaires ou la fabrication des valeurs littéraires en bibliothèque de lecture publique* [en ligne]. Paris : Paris 3 et École doctorale Littérature française et comparée, 2011. p. 41. [Consulté le Disponible à l'adresse : <https://hal.archives-ouvertes.fr/tel-03009761/document>

L'un des sujets qui animent vivement les professionnels dans leurs écrits est bien de savoir quelle définition donner à leur métier. Pour le conservateur Jean-Claude Utard, les professionnels de ce milieu auraient tendance à s'auto-examiner⁶⁹. Johann Berti, le directeur du Service de Documentation Commun de l'université Aix-Marseille écrit en 2020 que la question apparaît avec une fréquence impressionnante ces vingt dernières années dans les ouvrages, revues et journées d'étude⁷⁰. Ce doute perpétuel serait bien naturel tant la diversité des bibliothèques et des activités qui s'y déroulent est grande. Un rapport de 1992 émanant du Conseil supérieur des bibliothèques, tout à la fois, réaffirmait « l'unité des métiers de la documentation »⁷¹ et constatait « l'élargissement qualitatif et quantitatif des métiers des bibliothèques et de la documentation »⁷².

Malgré un environnement institutionnel différent, des distinctions statutaires, des instances de représentation en partie séparées, les bibliothécaires ont plus de similitudes entre eux que de différences. Une unité qui s'exprime d'une même voix dans le code déontologique de l'ABF, écrit en 2003 et révisé en 2020. La déontologie, ou science des obligations, exprime un ensemble de valeurs morales propres à un métier. Bien que le code de déontologie de l'ABF n'engage que les membres de l'association, il est connu de tous les professionnels et fait office de texte fédérateur⁷³. Pour Anne-Marie Bertrand : « le métier de bibliothécaire s'exerce de façons tellement multiples qu'il est plus juste de parler des métiers (au pluriel) ; mais ces métiers sont sous-tendus par un socle commun qui les réunit souterrainement et qui serait un ensemble de valeurs et d'objectifs formant une

69 UTARD, Jean-Claude. Op. Cit.

70 BERTI, Johann. Bibliothécaires : dire ce qu'ils font, plutôt que ce qu'ils sont. *Arabesques* [en ligne]. 1 avril 2020. N° 97, pp. 4-5. DOI 10.35562/arabesques.1781. Également disponible à l'adresse : <https://publications-prairial.fr/arabesques/index.php?id=1781>

71 Conseil Supérieur des Bibliothèques (CSB), JOLIS, Pierre et MELOT, Michel. *Rapport annuel du Conseil supérieur des bibliothèques (1992)* [en ligne]. Paris : Association du Conseil supérieur des bibliothèques, 1992. p.4. Disponible à l'adresse : <https://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/1088-rapport-annuel-du-conseil-superieur-des-bibliotheques-1992.pdf>

72 Ibid.

73 BRIAND, Gérard et DE COURS, Isabelle. Le code de déontologie du bibliothécaire. *Bulletin des bibliothèques de France (BBF)*. 2004. N° 1, pp. 62-65.

culture professionnelle »⁷⁴. Cette identité collective professionnelle se crée autour de plusieurs convictions : d'abord que le métier de bibliothécaire demande un ensemble de compétences issues de savoirs techniques et d'expériences pratiques ; ensuite que les bibliothécaires sont appelés à s'approprier les nouvelles pratiques et technologies dans le but d'offrir un service toujours plus près des besoins des publics ; enfin que c'est un métier de conviction qui conduit à un souci perpétuel d'être utile et légitime ; sans oublier qu'en tant que service public les bibliothèques servent l'intérêt général et œuvrent à la diffusion du savoir et de la culture.

Enfin l'unité d'une profession se crée par la reconnaissance sociale. Les professionnels des bibliothèques, d'enseignement supérieur comme des collectivités territoriales sont identifiés comme des *bibliothécaires* par la société et leurs partenaires. La théorie interactionniste de la sociologie des professions, représentée par le sociologue Everett C. Hughes et l'école de Chicago, développe l'idée que toute activité est relationnelle et interactive. Elle se produit au sein de groupes de pairs qui, par ailleurs, entretiennent des relations avec d'autres acteurs dans le cadre de leurs activités ou du fait du territoire dans lequel ils coexistent. Pour les bibliothécaires, la nature des acteurs côtoyés est diverse tant ils évoluent dans des champs multiples⁷⁵ : ils sont acteurs de la chaîne du livre qui, de l'auteur au distributeur, en passant par l'éditeur et l'imprimeur, s'achève chez les médiateurs du livre, dans les bibliothèques et librairies. De plus, les professionnels de la lecture publique tout comme ceux exerçant dans l'enseignement supérieur œuvrent dans le champ éducatif. Ils ont une mission d'accès au savoir. Enfin les bibliothèques sont le premier équipement culturel de France. Selon l'enquête annuelle de l'Observatoire de la Lecture Publique parue en 2021, 90 % des Français vit dans une commune proposant une

74 BERTRAND, Anne-Marie. Op. Cit. p.32.

75 RABOT, Cécile. Bibliothécaire, un « métier modeste » dans une institution marginalisée. In : QUIJOUX, Maxime (éd.), *Bourdieu et le travail* [en ligne]. Rennes : Presses universitaires de Rennes, 2019. pp. 211-227. Le sens social. [Consulté le 10 juin 2021]. ISBN 978-2-7535-6327-8. Également disponible en ligne à l'adresse : <http://books.openedition.org/pur/69743>

bibliothèque ou un point de lecture⁷⁶. Les bibliothécaires sont donc des acteurs incontournables du champ culturel. Cependant, Cécile Rabot avance l'idée que les bibliothécaires évoluent « dans un triple espace [...] qui les dépasse et à chaque fois semble les placer en marge, ou en tout cas dans une position dominée, qui a pour effet la méconnaissance et l'absence de reconnaissance de la profession et du travail réalisé. »⁷⁷

Aussi, pour les sociologues Didier Demazière et Charles Gadéa, les groupes professionnels sont des « processus évolutifs, vulnérables, ouverts, instables »⁷⁸. Leurs contours sont naturellement flous et fluctuants. Le professeur en sociologie Andrew Abbott les dit être rassemblés en « écologies liées ». Elles sont constituées de plusieurs *acteurs*, de *lieux* et de *fonctions*⁷⁹. Les premiers représentent naturellement les professions. Les *lieux* ne sont pas à entendre dans le sens physique mais sont à considérer comme les tâches contrôlées. Enfin les *fonctions* sont les juridictions, c'est-à-dire les liens qui unissent les professions à des tâches. Plus les juridictions sont légitimement reconnues par des institutions, plus les professionnels possèdent un monopole sur leurs tâches. Les groupes professionnels entretiennent des relations de compétition, de coopération, d'évitement ou de conflit tout en restant dans des formes d'interdépendance⁸⁰. Elles agissent par réactions les unes aux autres. L'originalité de la théorie d'Abbott est de considérer les groupes professionnels comme des entités agissantes, pouvant même être agressives, et non des acteurs réagissant passivement à des stimuli extérieurs.

76 Ministère de la Culture, Direction général des Médias et des Industries culturelles – Service du Livre et de la Lecture, Observatoire de la Lecture publique. *Synthèse nationale des données d'activité 2018 des bibliothèques municipales et intercommunales éditée en 2021 par le Ministère de la Culture* [en ligne]. Paris, 2021. [Consulté le 12 mars 2021]. Disponible à l'adresse : <https://www.culture.gouv.fr/content/download/287198/3298424?version=1>

77 RABOT, Cécile. Op.Cit.

78 DEMAZIÈRE, Didier et GADÉA, Charles. Op. Cit. p. 24.

79 ABBOTT, Andrew. 1. Écologies liées : à propos du système des professions. In : MENGER, Pierre-Michel (éd.), *Les professions et leurs sociologies* [en ligne]. Paris : Éditions de la Maison des sciences de l'homme, 2003. [Consulté le 8 mai 2021]. ISBN 978-2-7351-0993-7. Disponible en ligne à l'adresse : <http://books.openedition.org/editionsmslh/5721>

80 HÉNAUT, Léonie. Capacités d'observation et dynamique des groupes professionnels. La conservation des œuvres de musées. *Revue française de sociologie*. 2011. Vol. 52, n° 1, pp. 71-101. DOI 10.3917/rfs.521.0071.

C'est pourquoi l'on observe des phénomènes de mimétisme entre groupes professionnels. Pour Paul DiMaggio et Walter Powell, des groupes concurrents ou adjacents peuvent avoir recours à l'adoption de formes d'organisation provenant d'organisations jugées plus prestigieuses ou plus légitimes qu'eux⁸¹. Ainsi, les professionnels des bibliothèques sont amenés à imiter les acteurs qu'ils côtoient dans leur triple espace, pour se rendre plus visibles et attrayants. Ainsi, l'aménagement intérieur des bibliothèques tend à s'inspirer des librairies et de leurs techniques de *merchandising* : livres en *facing*, tables de valorisation, rayonnages plus bas pour rendre possible un balayage de l'espace d'un regard... Mais cela ne s'arrête pas aux acteurs des champs éducatif, culturel ou littéraire. En « pensant par analogie », les professionnels sont amenés à interroger les différents usages qui sont faits de la bibliothèque, de ses services et de ses ressources pour s'inspirer d'autres lieux où ces usages sont également présents. C'est une méthode notamment mobilisée par le personnel de la bibliothèque universitaire d'Angers pour l'aménagement de ses espaces⁸².

1.3.2. Adoption d'outils et de modèles qui placent l'utilisateur au centre des bibliothèques.

Comme cela a été énoncé plus tôt, les bibliothécaires ont vu un glissement s'effectuer d'une logique de « gestion-production-distribution » vers celle de « médiation-facilitation »⁸³. La mise en place de services adaptés est désormais un enjeu fort. Pour cela, il est logique pour les professionnels de chercher à améliorer la compréhension qu'ils ont de leurs publics.

81 Ibid.

82 BEUDON, Nicolas. L'art d'aller voir ailleurs. *Le recueil factice* [en ligne]. 5 juillet 2018. [Consulté le 8 mai 2021]. Disponible à l'adresse : <http://nicolas-beudon.com/2018/07/05/analogies/>

83 CALENGE Bertrand. Op. cit.

La prise en compte de l'usager dans le travail du bibliothécaire n'est pas récente bien qu'elle se fasse de manière progressive. Dans les années 1970, les enquêtes sur les pratiques culturelles voient le jour dans la planification politique. Elles permettent une meilleure compréhension des habitudes culturelles des Français quant à la lecture et à la pratique des loisirs. Tout comme les pouvoirs publics, les bibliothèques ont depuis plusieurs décennies compris l'importance de connaître leurs publics pour planifier leurs activités. Le recours aux enquêtes en bibliothèque répond à des objectifs à court et moyen termes. Cela peut être une aide à la décision vis-à-vis d'un projet précis comme l'aménagement de l'espace, la modification des horaires d'ouverture, l'introduction d'un nouveau service. L'enquête permet de confirmer ou d'infirmer ce qui est du domaine de la supposition, voire de choisir parmi différentes solutions envisagées pour un même problème.

À moyen terme, l'enquête permet de mieux connaître les publics d'une bibliothèque, de comprendre leurs usages des services, des collections et des espaces et donc d'anticiper les changements et besoins futurs. Elle peut également être organisée en aval d'un projet, pour analyser son impact sur les publics ou appréhender leur satisfaction.

Cependant, comme le reconnaît en 2008, la bibliothécaire Catherine Clément dans « L'essoufflement d'un modèle : symptôme et causes » les bibliothécaires connaissent finalement peu leurs publics, actuels ou potentiels, car ils sont trop souvent appréhendés par des statistiques d'activité de la médiathèque. Ces chiffres participent d'ailleurs au « postulat fondateur d'une unité des publics et des besoins ainsi que la volonté de démocratisation, a masqué la nécessité d'une connaissance concrète des publics tout comme il a empêché la reconnaissance et la prise en compte de la diversité de ces publics »⁸⁴. Ces chiffres doivent être mis en perspective par des enquêtes plus poussées et de préférence qualitatives.

84 CLÉMENT, Catherine. L'essoufflement du modèle : symptômes et causes. In : BERTRAND, Anne-Marie (dir.). *Quel modèle de bibliothèque ?* Villeurbanne : Presses de l'enssib. 2008. pp. 43-70. Série généalogies. ISBN 978-2-37546-039-9.

Une démarche qualitative a un caractère exploratoire qui se base sur des données textuelles issues d'observations, d'entretiens ou d'autres méthodes sociologiques et anthropologiques. Elle permet une compréhension des opinions, des valeurs, des perceptions, comme cela a été évoqué plus tôt.

Grâce à des outils plus variés, les enquêtes ne se soucient plus que de la satisfaction ou de l'usage qu'ont les citoyens de leur bibliothèque. La notion d'« impact » de la bibliothèque a permis de rendre compte d'effets jusque-là invisibles. L'impact social et l'impact psychologique des bibliothèques sont aujourd'hui acceptés comme une réalité. L'évaluation de l'impact en bibliothèque fait l'objet d'une norme internationale en 2014⁸⁵.

La portée sociale des bibliothèques est apparue comme un enjeu fort dès la fin des années 2000. Le modèle de la « bibliothèque troisième lieu », par exemple, mis en avant en France en 2009 par la conservatrice Mathilde Servet⁸⁶ est aujourd'hui largement intégré dans la culture professionnelle. Emprunté à la sociologie urbaine, le modèle considère les bibliothèques comme des espaces de sociabilité qui doivent être adaptés aux besoins de leur communauté. Le « terme de troisième lieu » provient de la notion avancée par le sociologue Ray Oldenburg, selon laquelle, outre la maison et le lieu de travail, il existerait des troisièmes lieux. Ils auraient pour point commun d'être ouverts, d'être accessibles à tous et d'offrir un lieu d'échanges et de sociabilité favorisés par une ambiance conviviale⁸⁷. La « bibliothèque troisième lieu », pour le conservateur et formateur Nicolas Beudon, est une « notion-boussole »⁸⁸, un modèle que d'autres pratiques innovantes concrétisent.

85 ISO, 2014. Op. Cit.

86 SERVET, Mathilde. *Les bibliothèques troisième lieu* [en ligne]. Mémoire de fin d'étude. Lyon : Presses de l'enssib, 2009. 83 p. [Consulté le 4 février 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/21206-les-bibliotheques-troisieme-lieu.pdf>

87 JACQUET, Amandine. Bibliothèques troisième lieu, du concept aux réalisations. In : HENARD, Charlotte (dir.). *Le métier de bibliothécaire*. 13e éd. Paris : Éditions du Cercle de la librairie, 2019. pp. 223-234. ISBN 978-2-7654-1578-7.

88 BEUDON, Nicolas. *Le design thinking : une méthode pour créer la bibliothèque troisième lieu ? Nicolas Beudon* [en ligne]. 5 février 2018. [Consulté le 4 février 2020]. Disponible à l'adresse : <http://nicolas-beudon.com/2018/02/05/le-design-thinking-une-methode-pour-creer-la-bibliotheque-troisieme-lieu/>

Le recours à de nouveaux outils, pour proposer un nouveau modèle, n'est pas que l'apanage des bibliothèques. Les chercheurs Jean-Marc Weller et Frédérique Palle avancent que depuis bientôt une vingtaine d'années les projets jugés innovants s'enchaînent au sein des services publics : « “immersion” de plusieurs semaines sur un territoire, projets collectifs associant fonctionnaires, usagers, créatifs et chercheurs en sciences sociales, “prototypage rapide” de nouveaux services, expositions mobilisant des procédés artistiques, utilisation massive de supports inhabituels (blogs, vidéo, diaporama, etc.) »⁸⁹. Leur hétérogénéité amène les deux chercheurs à les regrouper sous le terme de « forme d'innovation publique » (FIP) dont le point commun est d'utiliser des outils et un vocabulaire qui renvoient au design et d'être fermement tournés vers une meilleure prise en compte des attentes et besoins des usagers. Ce qui reflète l'actuel impératif des pouvoirs publics en faveur de l'innovation et de la prise en compte des usagers.

Cette première partie a permis de définir les démarches centrées usagers qui constituent des innovations au sens où elles sont étrangères au monde des bibliothèques. L'enjeu de ce mémoire est de comprendre l'adoption et la circulation de telles pratiques. De fait, l'adoption d'innovations est le résultat de processus itératifs complexes où des facteurs exogènes et endogènes – humains, économiques, matériels et culturels entre autres – s'entrecroisent. Il s'agira de questionner le rôle de la presse professionnelle ainsi que celui du réseau professionnel proche dans l'adoption de pratiques innovantes. Toutefois, les freins à adopter de telles pratiques sont multiples, internes comme externes, propres à l'innovation, ainsi qu'au contexte d'adoption. Les innovations de procédé étant peu visibles, coûteuses humainement dans leur mise en place, il est possible que leur adoption se fasse par étapes, en testant les outils avant d'adopter des méthodes dans leur intégralité.

89 WELLER, Jean-Marc et PALLEZ, Frédérique. Les formes d'innovation publique par le design : un essai de cartographie. *Sciences du Design*. 2017. Vol. n° 5, n° 1, pp. 32-51. Également disponible en ligne à l'adresse : <https://www.cairn.info/revue-sciences-du-design-2017-1-page-32.htm>

2. Méthodologie de l'approche empirique

Les constats tirés de notre première partie ont permis d'établir un panorama des facteurs pouvant contribuer à l'adoption de nouvelles pratiques innovantes ainsi que des obstacles pouvant la freiner. L'environnement dans lequel prend place notre étude est celui d'une communauté professionnelle des bibliothécaires à l'unité ambiguë partageant malgré tout de multiples vecteurs de communication. Pour y étudier précisément l'adoption et la circulation des démarches centrées usagers, nous avons fait le choix d'analyser la possible influence de facteurs externes d'adoption, notamment tel que la littérature professionnelle au sens le plus large, regroupant donc les traces d'offres de formations destinées aux professionnels. En tant qu'innovation de procédé sur le cœur organisationnel des bibliothèques, les démarches centrées usagers sont peu observables, leur impact difficilement percevable et leurs coûts de mise en place élevés. C'est pourquoi il est possible que leur potentielle adoption se fasse chez les professionnels de manière progressive. Les bibliothécaires éprouveraient leurs modalités en testant certains aspects de la méthode avant de faire le choix de l'adopter ou non.

Afin d'éprouver nos hypothèses, nous mènerons une double étude. Une analyse de contenu textuel, regroupant des articles de la littérature professionnelle et des traces de formations afin d'étudier la façon dont les démarches centrées usagers y sont présentées ainsi que les facteurs de transmission.

Enfin, dans le but de déterminer les influences à l'œuvre dans l'adoption de pratiques innovantes chez les professionnels ainsi que les modalités, un questionnaire à destination des bibliothécaires de lecture publique et de l'enseignement supérieur sera diffusé. Les données quantitatives ainsi recueillies porteront sur l'expérience qu'ont les répondants des démarches centrées usagers et sur l'importance qu'ils donnent aux différents facteurs exogènes à l'adoption.

2.1. Étude de facteurs exogènes à l'adoption à travers une analyse de contenu

Nous avons opté pour une analyse de contenu (A.C) qui s'appuie sur une étude lexicale et statistique de documents portant sur les démarches centrées usagers. Une analyse de contenu relève à la fois de l'enquête quantitative et qualitative. Elle cherche à éclairer les intentions du locuteur et à identifier les effets de réceptions. Notre corpus textuel est protéiforme. Son analyse nous permettra d'identifier les prescripteurs – si prescripteurs il y a – et quelles modalités de transmission et effets de communication sont mobilisés pour encourager la transmission des démarches centrées usagers. L'analyse de contenu se découpe en trois étapes : la pré-analyse, l'exploitation du matériel et l'inférence ou l'interprétation. Lors de la pré-analyse, le matériel textuel est choisi tout en répondant aux règles d'exhaustivité – ou du moins de non-sélectivité – d'homogénéité et de pertinence.

2.1.1. *Constitution de corpus*

Le corpus à constituer porte sur deux objets textuels : d'une part, des articles de presse à destination des professionnels des bibliothèques ayant trait aux démarches centrées usagers, d'autre part, des traces de formations ou de journées d'étude (présentation, programme ou compte rendu).

Quelques critères ont été déterminés préalablement à la phase de pré-analyse. L'apparition des démarches centrées usagers dans le monde des bibliothèques étant récente, il n'a pas été nécessaire de déterminer de limite temporelle à notre recherche. Les articles sélectionnés doivent contenir des informations sur les démarches centrées usagers

et non pas seulement évoquer leur existence. Les possibles illustrations accompagnant les textes ne seront pas analysés, car il s'agit ici d'une analyse textuelle.

La première étape de la constitution du corpus est l'identification de sources potentielles. Aussi, pour former un groupement pertinent d'articles, les titres de presse susceptibles d'être lus par les professionnels ont été préalablement répertoriés. Certains ont d'ailleurs été cités plus tôt dans notre première partie. Nous avons identifié : *Ar(abes)ques*, *Archimag*, *Bibliothèque(s)*, *Le Bulletin des bibliothèques de France* (BBF), *La Gazette des communes, des départements et des régions*, plus communément appelée *La Gazette des communes*, la revue trimestrielle des sciences de l'information *I2D Information Données et Documents* et *LivreHebdo*.

Un panorama des organisations susceptibles d'offrir des formations aux professionnels du livre a également été réalisé. On y trouve les associations professionnelles, comme l'ABES et l'ABF ; Centres Régionaux de Formation aux Carrières des Bibliothèques, du Livre et de la Documentation (CFCB) ; Centre National de la Fonction Publique Territoriale représente un réseau de dix-huit délégations et cinq instituts chargés de la formation des cadres territoriaux ; CNFPT ; Bibliothèques départementales ; L'ENSSIB ; et les structures régionales du Livre et de la Lecture (SRL).

Les titres de presse, dans leur version numérique, ainsi que les sites des organismes de formation contiennent des outils de recherche. À ces sources possibles, s'ajoute également l'utilisation de bases de données tels que *Bibdoc*, présentée plus tôt, et *Europress*. Cette dernière nous permettra d'avoir accès aux articles en ligne uniquement consultables pour leurs abonnés en temps normal. C'est le cas de la *Gazette des Communes* par exemple.

Pour une recherche efficace à travers les différents outils d'exploration, une série de mots clés a été déterminée. Les appellations sont multiples pour notre objet d'étude et ses différents composants. Ainsi le design de l'expérience utilisateur peut être désigné par son terme anglophone *UX design* mais apparaît également désormais dans sa version française de « design UX ». De plus notre liste de mots clés doit refléter nos deux objectifs – d'une

part, exploiter la littérature professionnelle *stricto sensu* et d'autre part rassembler des traces de formation.

Les documents ainsi trouvés ont été téléchargés en .txt et encodés en UTF-8. Puis ils ont été répertoriés dans le logiciel bibliographique *Zotero*, permettant ainsi de garder une trace de notre corpus en construction et de la source de chaque texte. Des articles, obtenus uniquement sous format papier, ont été numérisés puis convertis numériquement grâce au logiciel de traitement OCR *gImageReader*. Ce dernier est libre, simple d'utilisation et ergonomique. De plus, il propose un outil de sélection manuelle de zone, essentiel dans le traitement de documents contenant plusieurs colonnes de texte. Une fois l'« océrisation » effectuée, les textes ont été nettoyés de toutes coquilles, car la qualité de la conversion peut varier selon la police utilisée.

Enfin tous les documents ont été classés en sous-dossiers à partir d'une première typologie : Article de presse ; Présentation ou programme de formation ; Programme de journée d'étude ou de congrès. Cette typologie est apparue comme pertinente, car le format et les objectifs communicationnels diffèrent grandement d'un document à l'autre. De fait, un article sur un retour d'expérience satisfaisant pour la mise en place d'un service n'est pas structuré de la même manière que la plaquette de formation d'un CFCB. Au sein même de ces trois sous-dossiers, des typologies séparées ont été créées à l'aide de la mécanique de tags de *Zotero*. Catégoriser ainsi les documents permet, à terme, des comparaisons significatives entre les textes. Les documents et les éléments les identifiants et les caractérisant (auteur, date, source, publics visés, typologie du document, cas exemplaire et prescripteurs cités s'il y a lieu) ont été réunis au sein de tableaux (cf. Annexe B, C et D du dossier des annexes, pp. 7-16).

Les trois corpus de travail sont donc les suivants :

- Sous-corpus P : Constitué d'articles de presse, le sous-corpus P dispose de sous-catégories telles que les présentations théoriques d'une méthode de design centré usagers, les retours d'expérience et les comptes rendus non institutionnels d'une

journée d'étude ou de formation. Le corpus contient 20 documents, soit 4 374 mots et 1 027 formes verbales uniques. (cf. Annexe B dans le dossier des annexes, pp. 7-10)

- Sous-corpus F : On trouve ici 18 présentations de formations proposées par des organismes publics (CRFCB, Agence régionale du Livre et de la Lecture, CNFPT, Enssib), d'associations professionnelles (ABDU, ABF) et d'organismes privés spécialisés dans les formations aux carrières des bibliothèques (cf. Annexe C dans le dossier des annexes, pp. 11-14). Ce sont des textes courts, alliant présentation synthétique d'une méthode, informations pratiques et description méthodologique de la formation. Ici, nous prendrons soin de relever le public de professionnels visé et l'identité des intervenants s'il y a lieu, ainsi que leur fonction et leur ancrage territorial. Les précisions relevant des méthodes pédagogiques utilisées (atelier, apports théoriques, retour d'expérience) sont également précieuses. Le corpus contient en tout 34 509 mots et 5 583 formes verbales uniques.

Il est à noter que certains organismes organisent chaque année les mêmes formations. Les présentations de celles-ci sont alors souvent identiques d'une année sur l'autre. Il est de même pour les formations du CNFPT qui se déroulent dans plusieurs régions mais sur le même thème. Le choix a donc été fait d'analyser un seul de ces documents, tout en gardant une trace des autres dans *Zotero*. Annexe tableau du corpus.

- Sous-corpus J : Les présentations de journées d'études ou de congrès sont à distinguer des formations. Elles font appel à plusieurs intervenants et présentent des formes variées d'interventions (atelier, table ronde, conférence...). Le corpus est composé de 6 documents de 5 084 mots, de 1 525 formes verbales uniques (cf. Annexe D dans le dossier des annexes, pp. 15-16).

Chaque document est désigné, non par son titre, mais par la lettre correspondant à son corpus et un numéro qui lui a été attribué (exemple : P.18, F.4 ou J.1). Cette numérotation correspond à l'ordre dans lequel les documents ont été trouvés et traités. Cette désignation alphabétique et numérique a pour but de faciliter l'évocation des documents dans notre troisième partie.

2.1.2. Choix d'outil d'analyse des textes et pré-traitement

Pour une analyse statistique informatisée fiable, nous avons choisi l'outil *Voyant Tool*. Ce projet opensource de *text mining*, accessible en ligne, est simple d'utilisation. Il accepte plusieurs formats et permet d'importer un grand nombre de documents pour des analyses de larges corpus. Il combine, dans une même interface, des blocs d'outils modulables d'analyses linguistique, sémantique et structurelle. Par exemple, on trouve, par défaut sur son interface de base, le nuage des mots les plus fréquents, les courbes de fréquences des mots-clés au sein des différents textes, le résumé des informations obtenues sur les textes (longueur, nombre de formes verbales uniques, mots les plus fréquents) ainsi que les mots-clés et leur collocation. Il contient des listes de *stopwords*, ou mots vides, pré-établies et modifiables. Les *stopwords* sont les mots couramment employés, n'ayant pas de réelle valeur de sens comme les articles, les pronoms, les auxiliaires ou les prépositions.

Le nettoyage des textes est une phase essentielle de la pré-analyse. À l'instar des *stopwords*, de nombreux autres éléments doivent être retirés, car leur analyse n'est pas pertinente pour notre travail. C'est le cas des hyperliens, des légendes, des crédits photographiques et des bibliographies en fin d'article. Pour les présentations de formation, ce sont les modalités d'inscription et les mentions redondantes de temps comme « programme de l'après-midi » ou « de 14h30 à 16h30 » qui doivent être retirées. Les titres et intertitres ont été conservés, car ils structurent le texte et donnent à voir les idées clés abordées. Les expressions en plusieurs termes, inconnues du dictionnaire de

Voyant Tool, comme *design thinking*, expérience utilisateur, retour d'expérience, qui ont plus de sens lorsqu'elles sont traitées comme une unité, ont été modifiées pour apparaître comme un seul et même mot. D'autres éléments ont fait l'objet d'un soin particulier : les traits d'union qui séparent les syllabes d'un même mot suite au saut d'une ligne sont retirés, les fautes d'orthographe et les coquilles corrigées.

Un premier traitement de chaque corpus dans *Voyant Tool* a permis d'exporter une liste des mots les plus fréquemment utilisés et leur collocation, c'est-à-dire les termes leur étant le plus souvent associés (cf. Annexe E dans le dossier des annexes, p.17). Une fois ce travail effectué, pour réduire les variations morphologiques des mots, les textes ont été lemmatisés à l'aide de l'outil en ligne *TreeTagger*. La lemmatisation est le processus de réduction d'un mot à sa base, son lemme. Ainsi les verbes conjugués sont ramenés à leur infinitif, les substantifs au pluriel sont mis au singulier et les adjectifs qualificatifs accordés, au masculin singulier. Cette méthode permet de faire apparaître les champs lexicaux mobilisés par le corpus, au-delà de la variation possible des termes. Elle est tout à fait appropriée pour des textes non-argumentatifs tels que les présentations de formation et de journées d'étude dans lesquelles les connecteurs – « puisque », « en outre », « c'est pourquoi » pour n'en citer que quelques-uns – ont peu d'importance ou sont même inexistants.

Notre analyse ne dépend pas seulement de l'outil *Voyant Tool*, nous avons également fait le choix d'identifier les éléments clés du texte et leur lien avec les démarches centrées usagers en les classant à l'aide d'une typologie construite suite à une lecture attentive de chaque texte : Définition des démarches centrées usagers; Contexte propre aux bibliothèques ; Notions liées aux démarches centrées usagers.

2.2. Élaboration d'un questionnaire auprès des professionnels de BU et de BM

Mener une enquête par questionnaire auprès des professionnels comporte deux buts. D'une part, cela rend possible l'évaluation de la connaissance des démarches centrées usagers sur un échantillonnage diversifié de bibliothécaires. D'autre part, cela permet de récolter la perception des professionnels sur les facteurs qui pourraient influencer leur adoption de nouvelles pratiques. L'élaboration du questionnaire est nourrie de la prise de connaissance de nos corpus et de ses premiers résultats d'analyse. L'étude textuelle a donc fait office d'étude exploratoire pour notre deuxième expérience.

2.2.1. *Choix des questions*

Notre présente étude répond donc à un double objectif. Mais celui-ci doit être accompli tout en restant vigilant aux limites propres aux questionnaires. Méthode quantitative par excellence, le questionnaire permet de « vérifier statistiquement jusqu'à quel point sont généralisables les informations et hypothèses préalablement constituées »⁹⁰. Cela sous-entend un travail de préparation important durant la phase d'élaboration, car les questions sont conditionnées par l'emploi que l'on destine aux données récoltées. Un des premiers points de vigilance est la formulation des interrogations qui se doivent d'être claires et sans réponse induite. Le répondant peut également être influencé par l'environnement des questions c'est pourquoi l'ordre de celles-ci est primordial. Enfin, il faut éviter les questionnaires trop longs, car une certaine lassitude s'installe au fur et mesure que le répondant avance dans les questions. Les questionnaires auto-administrés ne dérogent pas à cette règle. C'est pourquoi nous avons veillé à paramétrer des logiques

90 COMBESSIE, Jean-Claude. Op. Cit. p.27

conditionnelles efficaces permettant aux répondants n'étant pas concernés par une ou plusieurs questions, de ne pas avoir à les afficher. En outre, le nombre de questions ouvertes doit être limité, car elles demandent du temps de rédaction et donc une certaine concentration. Les questions fermées doivent donc être privilégiées. Enfin, les questions à choix multiples offre une diversité de possibilités, mais il faut veiller à ne pas surcharger les répondants. L'ajout d'un champ « Autre » est une alternative préférable à une liste trop importante d'items. Enfin, nous avons fait le choix d'employer l'écriture inclusive à l'aide du point médian pour le questionnaire.

Le traditionnel talon sociologique, c'est-à-dire l'étape de recueil de données sur l'identité du répondant (sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle...) se trouve modifié pour notre enquête. D'une part parce que nombre de ces informations n'ont pas d'utilité précise par rapport à nos hypothèses de travail et d'autre part parce que nous avons souhaité alléger le plus possible le questionnaire. C'est pourquoi, n'apparaissent au sein de cette première étape que deux questions sur l'institution de rattachement et sur la catégorie de fonctionnaire. Pour pouvoir juger de tendances similaires ou de disparités entre les deux environnements étudiés, BM⁹¹ et BU, la question de l'institution de rattachement actuelle ou la plus récente est jugée pertinente. Grâce à un tableau dynamique croisé et en s'appuyant sur cette première réponse, il sera possible de voir les autres données recueillies à la lumière des environnements. De même, la catégorie à laquelle appartient le répondant, A, B ou C, peut avoir une influence sur la perception de certains facteurs exogènes à l'adoption de nouvelles pratiques. Nous nous sommes notamment demandé si les catégories C avaient les mêmes habitudes de veille que ceux des catégories supérieures. De plus, nous avons pu constater, grâce à notre première exploration du sous-corpus F, que les démarches centrées usagers sont parfois rattachées au management d'une bibliothèque et à la conduite de changement. Il est alors vraisemblable de s'interroger sur la connaissance de ces méthodes que peuvent avoir les agents de catégorie C.

91 Abbréviation de « bibliothèque municipale »

L'année de formation initiale est un autre facteur qui expliquerait l'intérêt et la connaissance que peuvent avoir les professionnels pour les démarches centrées usagers. Les réponses ont été conditionnées par l'apparition de notion ou de sujet de débat au sein de la profession. Le concept de « bibliothèque 3^e lieu » est apparu en 2009 avec le mémoire de la conservatrice Mathilde Servet. Puis en 2016 a eu lieu le premier congrès français dédié au design UX. On peut donc supposer une augmentation de l'intérêt pour ces sujets au fur et à mesure des années.

Pour répondre aux hypothèses sur les facteurs exogènes tels que l'importance du réseau de collègues et l'influence de la presse, nous avons opté pour deux questions fonctionnant avec des mécaniques différentes. La première, optionnelle, interroge les professionnels qui ont des habitudes de veille. Ils sont invités à juger de l'utilité de différentes sources – presse professionnelle, réseaux sociaux et blog professionnel, institutions et associations professionnelles entre autres – grâce à un système de notation numérique allant de 1 (peu utile) à 5 (très utile). Cette question a connu plusieurs modifications au cours de l'élaboration du questionnaire. Nous l'avons d'abord séparée en deux parties, composées d'une question fermée binaire et d'un tableau de classement des sources de veille. Ces deux parties étaient liées par une logique conditionnelle. Si les professionnels répondaient par l'affirmative à la question « Pratiquez-vous la veille ? » alors le champ suivant apparaissait les invitant à classer les sources de veille par pertinence. Finalement cette idée ne fut pas conservée, car nous avons craint que certains professionnels estiment ne pas avoir de pratiques de veille assez régulières pour répondre par l'affirmative, réduisant de manière significative le nombre de répondants pour la suite de la question. La question a cependant été rendue optionnelle. Ainsi, les répondants jugeant ne pas se tenir assez au courant de l'actualité professionnelle ou ne pas suivre certaines des sources proposées à la notation peuvent passer la question.

La deuxième question de cette section demande de juger de l'influence que pourraient avoir certains facteurs extérieurs sur le répondant et sa potentielle adoption d'une

pratique innovante : recommandations d'un collègue proche, d'un professionnel dont le répondant suit les réseaux sociaux, l'organisation d'un congrès sur le sujet, l'utilisation de la pratique sur le territoire proche du répondant, la possibilité de tester la pratique...La question prend ici la forme d'un tableau avec une échelle de symbole où « ++ » est équivalent à « Cela m'inciterait fortement à adopter un nouvel outil ou pratique » et « - - » à « Cela n'aurait aucune incidence sur mon adoption d'un nouvel outil ou pratique ». Enfin, une question ouverte clôt cette section, invitant les répondants à évoquer d'autres facteurs d'influence à l'adoption de nouvelles pratiques professionnelles. Comme nous l'avons dit plus tôt, il est important de proposer différentes modalités de réponses mais une trop grande diversité de choix au sein d'une question à choix multiples est contre-productive. Nous avons donc fait un choix d'items jugés les plus importants. Il est cependant très intéressant de recueillir des éléments auxquels les professionnels pourraient spontanément penser lors du renseignement du questionnaire.

Cette section permet de donner du poids à notre première expérience, car l'importance que peuvent avoir les titres de presse, spécialisée ou professionnelle, pour les répondants est un des éléments qui est ici abordé.

La section suivante concerne plus particulièrement les démarches centrées usagers et est aussi le lieu d'un premier filtre qui va distinguer les répondants. La première question à choix multiple illimité a pour objectif d'évaluer des pratiques actuelles des professionnels dans la prise en compte de leurs usagers lors de projet. Les éléments de réponses proposés sont des étapes courantes des démarches centrées usagers : questionnaire, observation, *A/B testing*, co-création... Pour éviter d'imposer une réponse, la possibilité de répondre qu'aucune de ces pratiques n'a jamais été utilisée est possible. Le répondant peut également renseigner une autre réponse grâce au champ « Autre ». Les données recueillies à la première question sont à croiser avec le nombre de professionnels déclarant connaître les démarches centrées usagers par la suite et ceux ayant une expérience dans leur application. L'objectif étant de comprendre le degré d'adoption des professionnels. La

question suivante est une question-filtre interrogeant les professionnels sur leur connaissance de différentes pratiques constituant les démarches centrées usagers : *design thinking*, *design UX* ou design de l'expérience utilisateur et design de service. Ajouter l'ethnographie, même avec la mention « appliquée aux bibliothèques » a été jugée peu pertinente, étant donné que c'est une discipline de sciences sociales communément connue. Afin de comprendre à quoi les répondants associaient les éléments ici présentés, un champ « Autre » est proposé.

La dernière question est une question filtre dont la réponse fait apparaître la section suivante. Les répondants ayant affirmé ne connaître aucune des pratiques sont dirigés vers la page de remerciements du questionnaire. La section suivante est donc consacrée à la connaissance exacte qu'ont les répondants des démarches centrées usagers. La première question est une question fermée binaire : « Avez-vous connaissance de professionnel-le-s des bibliothèques ayant acquis une expertise en *UX design* ou en *design thinking* ? ». Si la réponse est oui, un champ supplémentaire apparaît qui est destiné à recueillir les noms que les répondants pourraient connaître. Ces données pourront être croisées avec les professionnels les plus fréquemment trouvés au sein du corpus textuel pour confirmer leur rôle de prescripteurs. La troisième question de cette section se focalise sur l'importance du réseau proche : « Avez-vous connaissance de professionnel-le-s dans votre réseau proche ayant fait l'expérience de démarche de design centrées usagers (*design thinking* ou *UX design*) ? ». Elle est suivie d'une question-filtre fermée sur les formations ou les journées d'études auxquelles le répondant aurait pu se rendre et dont le thème aurait été les démarches centrées usagers. Selon la réponse, deux embranchements possibles s'ouvrent au répondant.

Le premier apparaît suite à un « Oui ». Il débouche sur la question fermée « Si oui, avez-vous déjà remobilisé les compétences ou outils acquis à cette occasion ? » qui amène soit à la question ouverte : « Si vous avez déjà remobilisé ces compétences, décrivez votre expérience », soit à « Si non, pour quelles raisons ? ». Ces deux questions ont pour objectif

d'obtenir des éléments de compréhension sur les écueils et les obstacles à l'adoption ainsi que le ressenti des professionnels ayant eu l'occasion d'essayer, voire d'adopter, l'une des pratiques étudiées.

Le deuxième embranchement possible s'affiche si la réponse à la question-filtre sur les formations est un « Non ». Il commence par la question « Êtes-vous déjà allé-e à une journée d'étude, une formation ou un congrès durant lequel le *design thinking* ou l'*UX design* ont été évoqués ? ». Selon la réponse, la question ouverte « Quel était le thème de cet évènement ? » est proposée. Le but étant alors de voir à quels autres thématiques professionnelles les démarches centrées usagers peuvent être associées. On peut supposer que si les thématiques sont variées, alors ces pratiques se sont répandues de telle sorte qu'elles apparaissent comme une méthode pertinente pour diverses problématiques du métier.

2.2.2. Test, publication et diffusion du questionnaire

Une fois le travail de rédaction des questions achevé, une plateforme en ligne de diffusion de questionnaire doit être choisie. Notre choix s'est porté sur *JotForm* pour la mise en forme de notre formulaire (cf. Annexe F du dossier des annexes, pp. 18-20). Cette décision a été conditionnée par plusieurs facteurs : d'abord la nécessité de pouvoir mettre plus de 20 questions par questionnaire et un nombre de soumissions autorisées supérieur à 50 réponses par mois ; enfin le besoin de logiques conditionnelles paramétrables avec précision. Pour s'assurer de ce dernier point, plusieurs tests ont été effectués. *JotForm* est l'une des rares plateformes où il nous a été possible, à la fois, de masquer des sections de questions selon des logiques conditionnelles, et d'intégrer à ces sections des questions-filtre. À cela s'ajoute le fait que le générateur de formulaire est simple d'utilisation grâce à sa mécanique de *drag-and-drop*. Les types de questions possibles et leur customisation est varié : questions fermées à choix multiple dont le nombre est paramétrable, ajout d'une

section « Autre » avec un champ de réponse pour le répondant, échelles de Likert où les intitulés sont modifiables... Par ailleurs, *JotForm* propose ses propres outils d'analyse de données avec un tableur et un éditeur de graphiques. Il permet également une synchronisation des soumissions avec différents opérateurs en ligne dont le tableur *Google Sheets*. Cela permet une double récupération des données. Enfin, *JotForm* limite à 100 soumissions par mois les questionnaires et propose un nombre illimité de champs par formulaire. Pour nous assurer le plus de réponses possibles, nous avons décidé de diffuser le questionnaire à cheval sur les mois de juillet et d'août, nous permettant ainsi de récolter au maximum 200 soumissions.

Une fois la mise en page de notre questionnaire faite et ses logiques conditionnelles paramétrées, nous avons cherché à tester le questionnaire. Une question mal formulée entraîne des données inexploitable. Il est essentiel d'avoir le retour et la perception de quelques éléments du public cible par rapport à notre première version. Nous avons donc mobilisé quatre professionnels ou anciens professionnels des bibliothèques dont deux ne nous étaient pas connus personnellement. Cette précaution a été prise dans le but de ne pas orienter leurs potentielles remarques et critiques. Leur retour a été très précieux, car ils ont tous éprouvé une difficulté au niveau de la question 5 dont la formulation initiale était « À quel point les éléments suivants vous inciteraient-ils à adopter un nouvel outil ou une nouvelle pratique professionnelle ? ». Elle a alors été simplifiée par : « Les éléments suivants vous inciteraient-ils à adopter une nouvelle pratique professionnelle ou un nouvel outil ? ». La notation des items était basée sur une échelle de symboles positif et négatif. Elle aussi a été modifiée pour un système à trois valeurs : « Pas du tout », « Un peu » et « Beaucoup ». Le questionnaire, avec la nouvelle formulation, a été présenté à trois autres professionnels en plus des quatre déjà impliqués. Chacun a validé le document : ses formulations, mise en page et déroulé.

La version du questionnaire envoyée pour test était accompagnée d'un texte sommaire de présentation de la démarche de travail et du cadre de l'étude. Avant publication, nous

avons veillé à y ajouter des informations sur l'utilisation faite des données récoltées. Nous avons arrêté notre choix pour une diffusion du questionnaire sur 20 jours à cheval sur les mois de juillet et d'août, afin de nous laisser une période de traitement et d'analyse suffisante. Sa mise en ligne est en date du 15 juillet et son arrêt automatiquement programmé pour le 5 août. Cette période tombant pendant la pause estivale de certaines bibliothèques, il est possible que nous ne touchions pas un nombre large de professionnels. Nous avons estimé qu'au moins 69 personnes devaient répondre à notre questionnaire pour que la marge d'erreur reste acceptable et que l'échantillon soit jugé comme représentatif. Notre échantillon se doit cependant de toucher de manière la plus équivalente possible les professionnels de lecture publique et ceux de l'enseignement supérieur et de la recherche. Pour cela, nous avons fait attention aux sources de diffusion que nous avons sollicitées. Les enquêtes auto-administrées en ligne ont de nombreux avantages. Entre autres, leur diffusion peut être facilitée par la multiplicité de biais de communication inhérents à internet. Cependant, il y a moins d'incitation à répondre que pour une enquête administrée en face à face. C'est pourquoi il est utile de pouvoir compter sur des personnes qui pourront jouer le rôle de relai.

Nous avons alors diffusé le questionnaire sur deux groupes professionnels Facebook, accompagné d'un court texte explicatif et incitatif. Le premier groupe « Professionnel des bibliothèques » a pour but de regrouper les professionnels de la filière pour l'échange d'informations. Il existe depuis 2011 et compte plus de 10 800 inscrits. Nous avons pu constater que des questionnaires y étaient assez souvent diffusés et qu'ils pouvaient parfois même amener à des discussions dans les commentaires. Nous avons donc misé sur le dynamisme de ce groupe et sa fréquentation. Le second groupe sur lequel nous avons diffusé le questionnaire réunit les anciens étudiants du master esDOC. Ceci a été fait sans ignorer le biais qui pouvait exister à diffuser un questionnaire sur les démarches centrées usagers au sein d'un groupe de professionnels étant logiquement sensibilisé sur ces questions à travers leurs études. Nous avons sollicité ces anciens étudiants à relayer le questionnaire à leurs réseaux professionnels dans la mesure du possible. C'est une

démarche similaire que nous avons eu avec nos différents employeurs, en lecture publique et en bibliothèque universitaire, anciens collègues et maîtres de stage. Dans ce dernier cas, nous avons en revanche précisé que la diffusion devait se faire sans chercher à cibler des professionnels étant déjà sensibilisé à ces problématiques. Ce sont au total quatre institutions que nous avons sollicitées et une dizaine de professionnels que nous avons personnellement contactés.

2.2.3. Traitement et codage des réponses

Notre questionnaire a reçu 80 réponses. 45 des répondants exercent en lecture publique, soit 56,3 % de notre échantillon. Tandis que 35 autres travaillent en bibliothèques universitaires, soit 43,8 % de l'échantillon. Leur répartition par catégorie est similaire sauf en ce qui concerne les agents de catégorie B comme le montre ce graphique que nous avons réalisé.

2. Répartition par type d'institutions et catégories

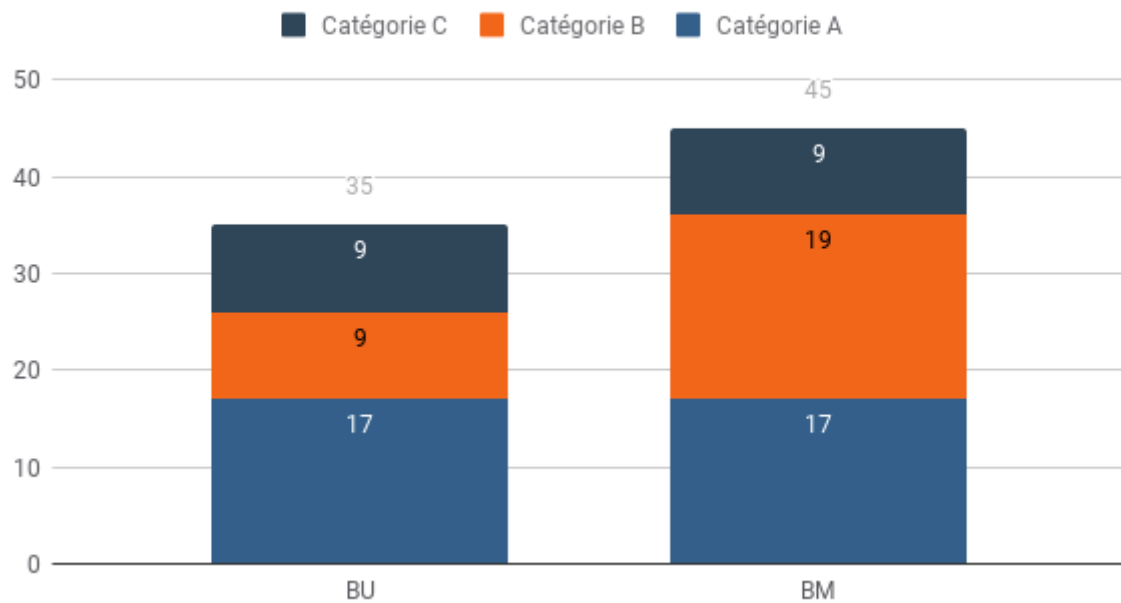


Illustration 2: Répartition par catégorie et par type d'institutions des répondants. Graphique réalisé à partir des données recueillies.

Avant le début de notre phase de codage et d'analyse, nous avons effectué une phase de pré-traitement durant laquelle nous nous sommes intéressés à la gestion des non-réponses et le repérage des valeurs aberrantes, c'est-à-dire extrêmes par rapport aux autres. Nous avons également vérifié qu'aucun répondant n'avait répondu de manière « systématique », en cochant à chaque question la première case de réponse. Nous avons constaté que les logiques conditionnelles et les masques de filtrage avaient fonctionné, ne permettant aucune non-réponse *stricto sensu* dans le questionnaire. Seuls les éléments relevant de la question 4, c'est-à-dire la question portant sur les sources de veille et leur utilité, étaient optionnels. Nous avons jugé en amont que dans le cas où plus de 30 % des enquêtés décidaient d'ignorer cette question, les réponses obtenues auraient été analysées avec précaution et les résultats considérés comme peu représentatifs. Le taux de réponses étant supérieur à celui escompté, le traitement de la question s'est fait sans encombre. Enfin, un nombre très limité de professionnels, face aux questions ouvertes

obligatoires, ont entré une série de caractères aléatoires afin de pouvoir passer aux questions suivantes. D'autres ont noté ne pas pouvoir se souvenir de noms précis à la question concernant les professionnels ayant acquis une expertise sur notre objet d'étude. Ces réponses sont donc inexploitable, mais elles restent très minoritaires.

Une fois le pré-traitement fini, nous avons procédé à un tir à plat des données. Les questions fermées à choix binaire ne nécessitent aucun codage, à la différence des questions à choix multiple et des questions ouvertes. Pour les premières, lorsqu'il y a un nombre important de choix possibles, nous avons codé chaque réponse, et donc chaque variable, choisie ou non par le répondant, de manière binaire. 1 équivaut alors à un choix positif et 0 à un choix négatif. Cette méthode permet de calculer la fréquence des variables et de mettre en exergue leurs combinaisons les plus fréquentes. Le traitement des questions ouvertes nécessite une première lecture attentive qui a pour but de relever les thèmes abordés dans chaque réponse. Les thèmes sont recoupés entre eux afin d'obtenir une liste de thèmes formalisés qui nous permet de catégoriser les réponses. Une réponse peut appartenir à plusieurs catégories. Le codage binaire est ici de nouveau réutilisable afin de percevoir quels sont les thèmes les plus souvent évoqués.

Les premiers résultats obtenus à partir du tri à plat sont significatifs en eux-mêmes, mais ils peuvent être enrichis par un tri croisé, c'est-à-dire un comptage combiné des données selon plusieurs critères⁹². Pour cela, nous avons recours au tableau croisé dynamique d'un tableur. Comme énoncé lors de notre choix de questions, plusieurs hypothèses ont été formulées à l'élaboration du questionnaire. Celles-ci alimentent notre réflexion globale sur la circulation et l'adoption des démarches centrées usagers. Ainsi nous nous sommes interrogés sur le fait qu'il puisse y avoir une différence significative entre les réponses des professionnels selon leur niveau de responsabilité, la date de leur formation initiale, mais

92 COUTO, Marie-Paule et BUGEJA-BLOCH, Fanny. *Les méthodes quantitatives*. Paris : Presses Universitaires de France, 2015. Que sais-je ? ISBN 978-2-13-063161-3.

également en fonction de leur environnement institutionnel, BM ou BU. Nous avons donc comparé au sein de tableaux les données en fonction de ces variables.

Les résultats sont rendus plus explicites à l'aide de graphiques et de tableaux qui permettront d'illustrer notre troisième partie (cf. Annexe G du dossier des annexes, pp. 21-35).

2.3. Limites de la méthodologie

Au cours même de notre expérimentation, nous avons eu l'occasion d'identifier plusieurs limites aux choix méthodologiques faits. Il nous a semblé pertinent d'en faire ici une présentation, car ils ont éclairé notre analyse.

En ce qui concerne l'analyse de contenu, la première limite que nous avons relevé est dans la constitution du corpus. L'étude portait en partie sur les traces de formation. Il aurait été possible d'aller plus loin et de faire un recensement exhaustif des formations. Cela aurait nécessité de contacter les différents acteurs du secteur pour avoir accès à leur catalogue de formations passées. Nous avons privilégié un travail précis sur les traces même des formations ayant eu lieu. Le recueil d'anciens catalogues aurait ajouté une étape d'une durée non négligeable. Par ailleurs, comme cela a pu être constaté, les textes de présentation de formations, leurs méthodes pédagogiques ainsi que les intervenants changent très peu d'une année sur l'autre. Nous avons également fait le choix de ne pas inclure les articles issus de blogs professionnels et les séries de tweets liées à des congrès ou des journées d'étude. Par ailleurs, nous avons été peu amenés à utiliser le sous-corpus J par rapport au deux autres. Cet ensemble de documents se caractérise par une grande densité des présentations des intervenants, laissant une place plus réduite à la présentation du sujet étudié.

Pour finir, nous avons choisi de ne pas comparer les corpus entre eux, car ils possèdent des caractéristiques trop différents les uns des autres. De fait, l'analyse même de chaque corpus s'en est retrouvée limitée. Le nombre de documents par corpus a rendu impossible l'apparition de corrélations fortes lors du traitement via *Voyant Tool*. Pour finir, les limites de notre matériel informatique nous a rendu impossible l'utilisation d'un logiciel de textométrie plus performant que *Voyant Tool* comme *IramuteQ*, ce que nous avons légèrement déploré.

Une critique que nous pouvons faire envers l'élaboration de notre questionnaire est la formulation hasardeuse de certaines questions et ce malgré une première phase de tests. La notion d'utilité, présente dans la question 4 : « Si vous faites de la veille professionnelle, lesquelles de ces sources vous sont les plus utiles ? », peut paraître floue et on aurait pu lui privilégier la notion de pertinence par rapport à leur suivi de l'actualité. Dans un entretien, cette question aurait pu être abordée avec plus de précision, car cette forme d'enquête se prête beaucoup mieux aux interrogations liées à la perception.

Outre les limites de notre formulation, nous avons observé plusieurs écueils dans la mise en forme même de notre questionnaire. Une logique conditionnelle a été paramétrée entre la question 11 « Êtes-vous déjà allé-e à une journée d'étude, un congrès ou une formation dont le thème était le *design thinking* ou l'*UX design* ? » et 11.2 « Êtes-vous déjà allé-e à une journée d'étude, une formation ou un congrès durant lequel le *design thinking* ou l'*UX design* ont été évoqués ? ». Elle empêche ceux ayant répondu par l'affirmative à la première question, de répondre à la seconde. En la paramétrant nous avons estimé que ceux ayant répondu négativement auraient malgré tout pu participer à un événement professionnel qui aurait mentionné les démarches centrées usager. L'ajout de la question 11.2.1 « Quel était le thème de cet événement ? », nous a alors paru pertinent. Les thématiques associées aux démarches centrées usagers peuvent en effet éclairer la perception qu'ont les professionnels de ces pratiques mais aussi leur circulation si celles-ci se retrouvent au

sein d'une grande diversité de problématiques professionnelles. *A posteriori*, la logique conditionnelle empêchant une partie des répondants d'accéder à cette question nous a paru inutile, voire contre-productive. De même, un biais nous a amenés à ignorer une question importante qui aurait dû apparaître dans notre questionnaire. Jugeant de manière arbitraire que nous avions plus de chances de recueillir les réponses de professionnels n'ayant pas d'expérience particulière avec les démarches centrées usagers en dehors de formations occasionnelles, nous n'avons pas directement demandé aux répondants s'ils pratiquaient l'une des méthodes qui nous intéressent dans leur environnement professionnel.

Enfin, il aurait été intéressant de recueillir le département où les répondants travaillent afin de comparer avec le lieu d'activité des professionnels ou des organisations renseignés à la question 9.1 « [Avez-vous connaissance de professionnel-le-s des bibliothèques ayant acquis une expertise en *UX design* ou en *design thinking* ?] Si oui, nommez-les. ». Nous aurions peut-être ainsi pu évaluer l'importance de l'ancrage territorial.

Bien que l'outil *JotForm* ait été amplement satisfaisant, nous regrettons que la plateforme ne propose pas un outil de classement d'items. Nous aurions préféré que la question 4 prenne la forme d'une liste d'items que les répondants auraient classés les uns par rapport aux autres. L'alternative la plus convenable a été une notation de 1 à 5 pour chaque proposition.

Enfin, nous n'avons pas réussi à apporter des éléments de réponse pour notre troisième hypothèse. Le questionnaire comprenait plusieurs questions qui, nous l'avions espéré, éclaireraient notre compréhension de l'adoption en amenant les répondants à expliquer quelle pratique ils avaient aujourd'hui des outils des démarches centrées usagers. Toutefois le nombre de répondants ayant eu l'occasion de tester ces méthodes a été trop restreint pour être pris en compte. Des entretiens avec des professionnels auraient pu palier à cette limite.

3. Résultats

Notre double étude, analyse de contenu et questionnaire auprès des professionnels, a pour but d'éclairer les trois hypothèses que nous avons ciblées dans notre recherche : le rôle de la presse et par elle, celle des prescripteurs ; l'influence que peuvent avoir les membres du réseau professionnel proche et enfin la progression de l'adoption de ces pratiques chez les bibliothécaires françaises qui se fait par expérimentation de certaines de leurs dimensions avant leur adoption globale. Cette partie « Résultats » présente les conclusions combinées de nos deux approches empiriques. Dans un premier temps, nous étudierons les éléments qui participent à la présentation et à la définition des démarches centrées usagers recueillis lors de notre analyse de contenu et corroborés par notre échantillon. Ces éléments, nous le verrons, véhiculent des arguments en faveur de leur adoption. Puis nous nous intéresserons au processus de circulation : ses acteurs et leur rôle informationnel et incitatif ainsi que le rôle de l'adoptant potentiel au sein de ce phénomène.

3.1. Faire le choix des démarches centrées usagers

Les données recueillies à l'aide de notre analyse de contenu ainsi que via le questionnaire diffusé en ligne nous ont permis de voir les arguments actionnés par ceux qui œuvrent pour la diffusion des démarches centrées usagers : la presse, les organismes de formation et les professionnels ayant eu occasion de les tester.

3. 1. 1 Bibliothécaire : une profession en constante évolution

Notre état de l'art nous avait amenés à faire le constat d'une transformation en profondeur du métier de bibliothécaire. Le professionnel Christophe Pavlidès déclare dans *Le métier de Bibliothécaire* : « Il semble plutôt que l'essence du (des) métier(s) des bibliothèques soit l'hyper polyvalence : tantôt médiateur, tantôt magasinier-conservateur, le bibliothécaire de tout statut est un personnage étrange qui change de fonction voire de métier plusieurs fois par jour. Or, une telle polyvalence non seulement ne s'apprend pas

d'un coup de baguette magique (ou de formation initiale, si poussée soit-elle), mais doit perpétuellement s'entretenir. »⁹³. La nécessité de faire de la veille et de se former en continu est donc au cœur même de la profession. Notre expérimentation appuie cette affirmation.

Ainsi l'idée d'une évolution constante est abordée par certains des répondants à notre questionnaire. À la question ouverte et facultative : « Quels autres facteurs pourraient vous inciter à adopter une nouvelle pratique professionnelle ? », 4 des 11 répondants ont souligné l'évolution constante de la profession et la nécessité d'une amélioration continue :

« [...] ma posture professionnelle consistant à rester en éveil sur les possibilités d'amélioration du service public, à fonctionner par essai-erreur et expérimentation » (Soumission n°16, cf. Annexe G du dossier des annexes, p. 25)

« Le métier est en perpétuelle évolution. Il est donc primordial de se former continuellement et de suivre l'actualité professionnelle. » (Soumission n°11, cf. Annexe G du dossier des annexes, p. 24)

« Améliorer au quotidien nos missions, moderniser notre travail qui est un des plus anciens connus, être au courant des nouvelles pratiques pour être plus proches des usagers. » (Soumission n°4, cf. Annexe G du dossier des annexes, p. 24)

Le document P.18 résume cela par l'expression « un environnement professionnel en (r)évolution permanente », titre d'un congrès ayant eu lieu en 2017. De manière plus précise, une des présentations de formation évoque un contexte où la fonction documentaire et les compétences métiers sont en changement (document F.3), tandis que trois autres font de ce contexte, un argument en faveur de l'initiation aux démarches centrées usagers :

⁹³ PAVLIDÈS, Christophe. La formation professionnelle. In : ASSOCIATION DES BIBLIOTHÉCAIRES FRANÇAIS, *Le métier de bibliothécaire*. 12e édition. Paris : Éditions du Cercle de la librairie, 2013. p. 450. ISBN 978-2-7654-1397-4.

« Les métiers des bibliothèques et de la documentation intègrent de plus en plus de nouvelles dimensions : création d'espaces, dispositifs de médiation, conception d'interfaces, offre de formation... Le point commun entre tous ces nouveaux services ? Ils nécessitent une bonne connaissance des usagers pour fonctionner. C'est une évolution importante dans nos métiers qui sont encore fortement tournés vers le traitement des documents et de l'information. Le *design thinking* et la notion d'expérience utilisateur sont des réponses possibles à ces nouveaux enjeux. » (Extrait de F.13)

« Les métiers des bibliothèques intègrent de plus en plus de nouvelles dimensions qui s'ajoutent au traditionnel traitement des documents et de l'information : création d'espaces, mise en place de dispositifs de médiation, conception d'interfaces, offre de formation... Au-delà des bibliothèques, de nombreux métiers sont confrontés aux mêmes mutations dans une économie où les services occupent une place croissante. Les méthodes issues du design (comme le "*design thinking*") ou centrées sur l'expérience utilisateur ("UX") se sont imposées pour traiter ces problématiques. » (Extrait de F.17)

Nicolas Beudon, interrogé dans le document P.1 de notre corpus, explique : « Le paysage culturel a énormément changé depuis vingt ans et il continue d'évoluer très vite [...]. Pour les bibliothécaires, ce climat de révolution permanente nécessite d'être innovant ». Le recours à l'innovation serait donc une réponse réfléchie à un contexte en évolution. À cela s'ajoute l'idée qu'il existe une réelle injonction publique à l'innovation.

Ce sont donc à différentes innovations que les bibliothécaires se sont confrontés ces dernières années. Ainsi, la notion d'expérience utilisateur apparaît dans le langage professionnel avec le constat que la bibliothèque n'est pas seulement un lieu de ressource mais aussi un lieu de vie, d'expérience et de sociabilité. Dans le document P.13 qui évoque l'intervention de Nicolas Beudon lors du 62^e congrès de l'ABF on peut lire ceci :

« [Nicolas Beudon] rappelle qu'une bibliothèque, ce n'est pas que des livres. C'est aussi et surtout un lieu de vie, un lieu de médiation, de formation. Une bibliothèque, c'est avant tout des services. Et un service, du point de vue de l'utilisateur, c'est une expérience, quelque chose de subjectif. »

L'image d'une bibliothèque comme lieu d'expérience et de vie est au cœur du concept de 3^e lieu. Son intégration dans la culture professionnelle représente un terreau fertile à l'apparition des démarches centrées usagers. Nous avons pu observer que les répondants ayant fait des études en bibliothéconomie avant son apparition, en 2009, étaient moins susceptibles de connaître les démarches centrées usagers. 21 % d'entre eux ont affirmé ne pas être familiers du *design thinking*, de l'*UX design* ou du design de service. Alors que ce chiffre s'élève à 7 % pour ceux ayant étudié après 2009, date à laquelle Mathilde Servet a soutenu son mémoire sur le concept de bibliothèque troisième lieu. C'est également la date de création du master esDOC de l'université de Poitiers, dont nous avons sollicité les anciens élèves pour la diffusion de notre questionnaire. La formation aborde les enjeux des démarches centrées usagers. Il n'est alors pas étonnant que les professionnels l'ayant suivie soient sensibilisés à notre objet d'étude.

Le rappel du contexte dans lequel évolue la profession a pour objectif de montrer l'adéquation supposée des démarches centrées usagers aux enjeux auxquels font face les bibliothécaires. Il est alors logique de s'intéresser à la présentation qui est faite de ces méthodes et pratiques : le vocabulaire employé et les thèmes associés.

3.1.2 Définir les démarches centrées usagers

Définir les démarches centrées usagers peut sembler complexe, car elles sont multiples et leurs contours flous. Elles s'entrecroisent et s'utilisent simultanément. Les décrire le plus succinctement possible à un public non initié est un enjeu fort des plaquettes de présentation de formation comme nous avons pu le constater à l'analyse du corpus. Un document se questionne ouvertement dès son introduction : « Qu'est-ce que le Design Thinking ? Faire le tri : design, *design thinking*, *UX design*, co-design » (Extrait de F.5)

Les définitions varient d'un document à l'autre : c'est une méthode d'innovation comme c'est explicitement décrit dans les documents F.3, F.13 et P.17. C'est « une démarche

globale » pour le document J.4. C'est également une « façon de travailler inspirée des méthodes des designers » (Extrait de F.2) ou des méthodes et des outils « issus de l'informatique » (Extrait de P.20). Les origines des démarches centrées usagers sont souvent citées dans les documents du sous-corpus P et l'on trouve à deux reprises, dans les documents P.16 et P.11, l'anecdote concernant l'ingénieur Doug Dietz⁹⁴. C'est une manière simple de comprendre les enjeux, les outils et l'intérêt d'avoir recours au *design thinking*. Mais les démarches centrées usagers sont surtout des méthodes qui « replacent l'utilisateur au cœur de la bibliothèque » (Extrait de P.1). C'est une expression qu'on trouve dans le document P.1 mais également sous des formes variées dans les documents P.8, P.11, P.18. L'enjeu d'adapter la bibliothèque aux besoins et aux attentes de ses usagers est central pour les professionnels.

La plupart des définitions se focalisent sur les étapes et les outils propres à ces méthodes donnant un aperçu de l'étendue de ce qui compose les démarches centrées usagers. Pour certains, le processus de travail comprend cinq phases : « exploration » ; « cadrage » ; « idéation » ; « prototypage » ; « test et itérations » (Extraits de F.5). Pour d'autres, elles sont au nombre de quatre : « Le mode recherche », « Le mode idéation », « Le mode prototypage » suivi du « mode test » (F.8). Enfin, on les trouve plus communément au nombre de trois comme dans les documents P.9, P.13, P.16. Elles sont alors intitulées « Recherche » ou « Inspiration », « Idéation » et « Itération ».

Les définitions sont souvent axées sur les outils qui composent les différentes méthodes. Leur énumération semble être un enjeu fort dans les traces de formation, car ce sont ces éléments pratiques qui seront enseignés. Ils sont cependant très peu décrits dans un souci de brièveté. On trouve mention des outils suivants dans le sous-corpus F : les tests auprès d'utilisateurs (présent dans 10 documents), les enquêtes et systèmes de recueil de données

⁹⁴ Cet ingénieur américain travaillant dans le secteur du matériel de santé, a suivi des cours de design à la d.school de Stanford afin de proposer un scanner dont l'apparence serait moins anxiogène pour les jeunes patients.

dont questionnaires et observations (dans 9 documents) ; le prototypage (dans 8 documents), les parcours usagers (dans 5 documents) ; cartes d'empathie ou cartes d'usage (dans 3 documents) ; les personas (dans 2 documents) ; le brainstorming (dans 2 documents) et de manière unique le tri par carte, la marche en avant et les lettres d'amour et de rupture.

Ces énumérations d'outils sont naturellement plus détaillées dans le sous-corpus P. Elles sont parfois illustrées d'exemples d'utilisation étant donné que 11 des 20 documents sont des retours d'expérience : par exemple l'utilisation de personas à la bibliothèque universitaire du Saulcy à Metz dans le document P.2. À la différence du sous-corpus F, on trouve mention de compétences plus abstraites, voire de savoir-être, nécessaires à l'utilisation des démarches centrées usagers. C'est le cas dans le document P.16 :

« Des qualités individuelles sont nécessaires afin de travailler sur le concept de « *design thinking* » : empathie, confiance créative, capacité à innover, maîtrise de son cœur de métier afin d'avoir la capacité de naviguer dans des domaines transversaux » auxquelles s'ajoute « le goût pour l'expérimentation »

Enfin, nous avons observé que plusieurs des thématiques récurrentes étaient associées aux démarches centrées usagers : en premier lieu, comme cela a été brièvement évoqué plus tôt, l'innovation. Le terme -ou ses dérivés (innovant, innover...)- est naturellement présent à plusieurs reprises dans les corpus étudiés. Dans le sous-corpus P, il est dénombré 66 fois répartis dans 16 des 20 documents. Il est le plus souvent associé aux termes « bibliothèque », « service » et « projet ». L'innovation revêt une signification positive dans la plupart des cas : l'innovation est « créative » et « collaborative » (F.13) ; c'est un « ressort puissant » (P.9), elle « facilite », elle « permet ». On cherche, dans le document P.13, les moyens pour « inscrire l'innovation comme mode de fonctionnement quotidien ». On trouve cependant des nuances à ce tableau positif. Dans le document P.9, on aborde

l'idée qu'il faut savoir « trouver un point d'équilibre entre innovation et gestion du changement ». Le document P.15, consacré à la participation en bibliothèque, affirme que « la véritable innovation de cette démarche doit se situer non pas sur l'élaboration de modèles abstraits de participation (théorisation des outils comme le suggère le *design thinking*) mais sur les dispositifs pratiques, concrets, avec ce que cela suppose comme contingences et comme adaptations par rapport aux modèles « idéaux » – et irréalistes – de la « participation ».

Le lien qui unit les démarches centrées usagers et la participation en bibliothèque est parfois ambigu bien que les deux termes soient souvent associés. Pour Benoit Vallauri, cité dans le document P.18, « démarche UX, *design thinking*, BiblioRemix, autant d'outils centrés sur l'observation de l'utilisateur qui permettent de se mettre « à la place de » et de privilégier l'expérience utilisateur », sont à classer parmi les « les outils et leviers qui légitiment et accompagnent la participation des usagers en bibliothèque ». Tandis que les documents F.15 et F.16, tous deux des formations proposées par le CNEPT, sont intitulés « La participation des usagers en bibliothèque » et « Les bibliothèques participatives ». Le premier classe le design de service comme appartenant à des « types d'actions construites avec les usagers, par les usagers » et présente l'UX comme une notion permettant de créer des services orientés usagers. Le second document axe, lui, sa formation sur le *design thinking* afin de transformer une bibliothèque en bibliothèque participative. Toutefois, la nature de la participation qu'impliquent ces méthodes peut grandement varier. Les projets Montréalais, relatés par la professionnelle Marie D. Martel dans le document P.9, sont décrits par leurs organisateurs comme des « projets participatifs inspirés de l'approche design (« *design thinking* ») » dont le but est de « concevoir avec les usagers le projet de la nouvelle bibliothèque St-Sulpice ». Le *design thinking* est donc ici un outil au service la participation qui se veut la plus poussée possible.

Le point commun entre le *design thinking*, le design de service, l'*UX design* et l'ethnographie appliquée aux bibliothèques est bien de focaliser la création et

l'amélioration de l'organisation sur ses usagers eux-mêmes. Cependant, plusieurs documents de notre corpus nuancent la participation propre à de telles démarches. Pour Nicolas Beudon, cité dans le document P.11, « le *design thinking* permet – potentiellement – d'inclure les usagers au sein même du processus de conception ». Le document P.17, résume l'intervention d'Andy Priestner lors d'un congrès ainsi : « L'objectif a été d'identifier la place réelle à donner aux usagers dans le *design thinking*. Comme [Andy Priestner] le souligne avec bon sens au cours de son intervention, “*Users don't think anything about libraries, they use it*” qui fait écho à la formule incisive de Steve Jobs : “*It's not the consumer job to know what they want*” ». L'apanage des démarches centrées usagers est donc le recueil d'informations et le recours à des tests auprès d'usagers. La participation inhérente à ces méthodes serait, selon les projets, très variable. Les usagers peuvent être, tout aussi bien, les sujets d'une observation ethnographique, qu'être sollicités pour choisir entre deux prototypes possibles d'un dispositif numérique.

Si le caractère participatif des démarches centrées usagers est relatif, il est indéniable que celles-ci sont inséparables de la notion de travail collaboratif. La formation présentée dans le F.13 donne pour objectif de faire « découvrir de nouvelles façons de travailler en groupe » et celle du F.7 propose de « tester des méthodes s'appuyant sur l'intelligence collective ». On trouve, par ailleurs, la mention d' « innovation collaborative » dans le document P.13. D'autres documents font état du rapport entre collaboration et démarches centrées usagers :

« Le *design thinking* a une dernière implication qui mérite d'être soulignée. La façon de travailler des designers est pensée pour faciliter la collaboration. Afficher tous les éléments d'un dossier sur un mur plutôt que de les ranger dans un tiroir, utiliser beaucoup d'éléments visuels, fabriquer des prototypes pour rendre tangible une idée, tout cela permet de communiquer dans un langage simple, accessible non seulement aux

professionnels, quelles que soient leurs spécialités, mais également au grand public. »
(Extrait de P.11)

« [...]l'approche ludique adoptée par le programme ambitieux de Cambridge pour prendre en compte les données qualitatives et les ressentis individuels des utilisateurs de la bibliothèque confirme les bénéfices de la méthode UX, au-delà de tout effet de mode », et l'un des bénéfices cités est de « renforcer le travail collaboratif au sein des équipes »
(Extrait de P.17)

En outre, les systèmes de recueil de données étant centraux aux démarches centrées usagers, la comparaison avec les traditionnelles enquêtes de satisfaction en bibliothèque est fréquente. Nous l'avons abordé dans notre première partie, les bibliothécaires sont des professionnels amenés à rendre des comptes sur leurs activités et ce, grâce à l'aide d'outils quantitatifs. Andy Priestner, dont les propos sont rapportés dans le document P.17, illustre à l'aide d'un retour d'expérience à quel point « cette approche active de l'expérience utilisateur a mis à mal, en contrepoint, la confiance aveugle accordée aux traditionnelles enquêtes d'usage et de satisfaction qui révèlent surtout un grand écart entre ce que les usagers disent et ce qu'ils font réellement ». De fait, les démarches centrées usagers ont également des points communs avec la démarche qualité, notion que l'on trouve à deux reprises dans le sous-corpus P (documents P.17 et P.2) et dans le document J.4. La recherche de qualité propre aux services publics français se concrétise par le référentiel Marianne. Le psychologue-ergonome, Guillaume Gronier, cité dans le document P17 démontre que « la démarche du *design UX* répond bien, de fait, aux engagements du référentiel Marianne en explicitant cependant ce qu'elle apporte de plus par rapport aux méthodologies usuelles d'évaluation de qualité de service. Et de citer notamment l'engagement sur la facilité d'utilisation des services en ligne qu'il rapproche du concept d'utilisabilité – concept clef aux origines de l'UX – pour mieux faire apparaître ses différences avec la notion d'expérience utilisateur. »

Enfin, la dynamique que l'utilisation des démarches centrées usagers peut créer dans un groupe et, à terme, dans une organisation, amène les professionnels à l'associer aux méthodes agiles. Celles-ci sont des méthodes de gestion de projets adaptatives, itératives et collaboratives. Elles se traduisent concrètement par l'établissement d'objectifs à court terme et de réunions régulières en vue d'une amélioration continue tout au long du projet⁹⁵. Ce type de méthodes a de nombreux points communs avec les démarches ici étudiées. On les retrouve mentionnées à huit reprises dans le sous-corpus P avec plus ou moins de détails et une fois dans le sous-corpus J. Le document P.1 y fait explicitement référence en affirmant qu'« il faut souvent avancer à tâtons, explorer et expérimenter, en appliquant une méthode « agile » qu'on associe davantage aux *start-up* qu'aux bibliothèques ». Tandis que Pauline Coisy, Responsable du pôle Services aux publics et de la BU du Mans, affirme dans le document P.5 que « [les techniques UX] ouvrent de nouvelles perspectives riches de possibilités et représentent une réponse au besoin croissant d'agilité à l'œuvre en BU, tant du point de vue de leur facilité de déploiement qu'au sens premier des méthodes agiles, puisqu'elles reposent sur un principe d'amélioration par itérations successives. »

La plupart des documents rassemblés dans notre corpus sont rédigés par des professionnels ayant testé et approuvé ces méthodes. Lorsque cela n'est pas le cas, nous sommes généralement en présence d'interviews ou de comptes rendus de congrès ou de journées d'étude. La dimension argumentative en faveur des démarches centrées usagers est donc indéniable. Le panorama des notions et des pratiques gravitant autour des démarches centrées usagers que nos corpus nous ont permis d'établir peut être analysé comme autant d'arguments en faveur de l'utilisation de ces méthodes communément considérées comme étrangères au monde des bibliothèques. Le tableau dressé par notre

95 ILIEN, Gildas. Une BNF agile ? Quand le développement logiciel fait bouger l'organisation du travail. In : PÉRALES, Christophe, *Conduire le changement en bibliothèque : Vers des organisations apprenantes*. Villeurbanne : Les Presses de l'enssib, 2015. pp. 102-120. La Boîte à outils, 32. ISBN 978-2-37546-067-2. Également disponible en ligne à l'adresse : <http://books.openedition.org/pressesenssib/3743>

corpus et notre échantillon nous donne, en effet, à voir ces pratiques comme s'inscrivant profondément dans la culture professionnelle des bibliothécaires : à la fois en continuation de pratiques déjà adoptées ou étant l'objet de débats dans la sphère professionnelle mais également étant la clé pour des objectifs professionnels tels que l'obtention du référentiel Marianne.

3.1.3. Une utilisation diversifiée ?

Le *design thinking* a été popularisé par IDEO comme une méthode de conception pour des projets matériels et immatériels, produits et service. Ce n'est pas le cas de l'*UX design* qui, étant issu de l'informatique, s'est fréquemment trouvé cantonné à la sphère de la création de dispositifs numériques⁹⁶. Pourtant nous avons pu constater la diversité des objets pouvant être produits à l'aide de ces méthodes. Après lématisation, on trouve 65 fois le terme de « projet » dans le sous-corpus P tandis qu'il est évoqué 24 fois dans le sous-corpus F et 19 fois dans le sous-corpus J. La nature de ces projets est très diversifiée. L'exemple le plus cité est la création ou l'amélioration de service, terme central des trois corpus. On peut le constater via la figure suivante issue de l'analyse du sous-corpus P. Elle représente les liens unissant les termes centraux des documents (en bleu) et leurs collocations les plus fréquentes (en orange).

96 APPLETON, Leo. User experience (UX) in libraries: let's get physical (and digital). *Insights*. 4 novembre 2016. Vol. 29, n° 3, pp. 224-227. DOI 10.1629/uksg.317. Également disponible en ligne : <http://insights.uksg.org/articles/10.1629/uksg.317/>

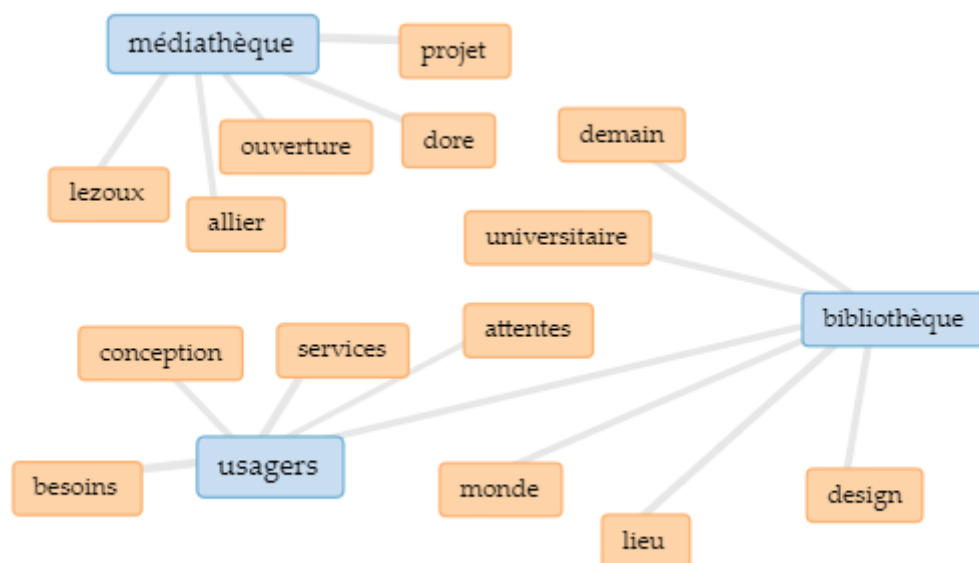


Illustration 3: Liens entre les mots clés du corpus. Fait à partir des données récoltées lors de l'analyse de corpus avec Voyant Tool.

Le sous-corpus F, bien que plus réduit par son nombre de termes que les deux autres, foisonne d'exemples d'utilisations possibles des démarches centrées usagers. Outre les services, ce sont également les produits documentaires et les livrables de veille qui peuvent faire l'objet d'une conception particulière comme dans le F.3 et le F.4. Les animations sont également abordées dans les documents F.12 et F.13.

Les espaces et la signalétique sont des sujets plus courants de conception à l'aide des démarches centrées usagers, et ce dans les trois corpus. Dans le sous-corpus F, ces termes apparaissent dans les documents F.11, F.13, F.17, F.3. Par ailleurs la formation présentée en F.6 vise, selon la plaquette le « personnel des bibliothèques ayant en charge l'organisation de l'accueil ou des services au public ». Dans le sous-corpus J, la conception d'espace est évoquée dans les documents J.4, J.5 et J.6 tandis que les retours d'expérience autour du réaménagement d'espace sont légion dans le sous-corpus P : la médiathèque de La Canopée-La Fontaine en P.6, la médiathèque d'Orléans en P.7, le Luxembourg Learning Center en P.14, le Learning Center de l'Ecole des Ponts ParisTech dans le P.17 et la

bibliothèque Simone Veil d'Alfortville dans le P.20. Force est de constater que, suite à la crise de la Covid-19, l'apparente dichotomie entre la dimension matérielle de la bibliothèque et ce qu'elle offre à distance se trouve au cœur des débats. Nicolas Beudon, dans le document P.1, publié cette année évoque ceci : « À mon avis, c'est cette dimension physique, matérielle, concrète, on pourrait dire tout simplement humaine, qui mérite le plus d'être creusée aujourd'hui en bibliothèque et c'est pour cela que les approches comme l'UX interpellent autant. ». Tandis qu'Andy Priestner, intervenant lors des Journées UX de 2021, propose une session sur « Construire et adapter des espaces et services sur place et à distance avec une démarche UXD », sujet jusqu'à là rarement rencontré dans nos corpus. À cela s'ajoute le fait que ce professionnel anglo-saxon s'interroge sur les conséquences de la crise sur les pratiques UX des bibliothécaires : « [Il] examinera l'opportunité de la démarche UX en bibliothèque dans le contexte d'une sortie de crise pandémique. La démarche UX sera-t-elle toujours valable et devrions-nous l'aborder différemment ? Comment tenir compte de ce que l'année écoulée nous a appris ? En plus de répondre à ces questions, Andy examinera si et comment l'UX s'intègre de plus en plus à l'activité courante des bibliothèques du monde entier. »

L'intégration des démarches centrées usagers à l'activité courante des bibliothèques questionne. Si nous ne pouvons pas apporter de réponse suite à notre étude, nous pouvons, en revanche, faire le constat d'une diversification des objets qui peuvent – théoriquement – résulter d'une démarche centrée usagers. La dimension stratégique de ces méthodes est un argument en faveur de leur utilisation dans certains des documents de notre corpus. Pour la formation en F.3, il est possible, à l'aide du *design thinking* de « mettre en place ou [de] repositionner [sa] stratégie informationnelle. » (Extraits de F.3), tandis que Nathalie Clot, lors du congrès de l'ADBU, cherche à « repositionner les méthodes de design de l'expérience utilisateur dans le contexte porteur de réorganisation fonctionnelle et de stratégie d'établissement ». L'une des plaquettes de formation étudiée se trouvait par ailleurs à la catégorie « Organisation et management » du catalogue de formation. Enfin, la formation en F.14 dont le thème est « L'accompagnement au

changement » enseigne les fondamentaux de l'UX et des approches de design, car ils sont utilisables « comme outil[s] de changement » et « comme levier[s] d'évolution des pratiques professionnelles ». Ce sont des « méthodes pour donner du rythme et du sens aux changements ».

Au-delà d'une méthode de conception de projet, c'est sous les traits d'une « démarche globale » (Extrait de J.4) que notre sujet d'étude apparaît dans une partie de notre corpus, pouvant toucher toutes les dimensions de la bibliothèque. Dans le document P.11, « le design n'est pas seulement une méthode, un ensemble de techniques ou d'outils, c'est aussi un état d'esprit, une philosophie, qui ouvre grand les portes de la bibliothèque sur le monde ». Le poids d'un contexte en constante évolution, le besoin d'une redéfinition de la bibliothèque – dans sa dimension matérielle et immatérielle, face à des pratiques culturelles et informationnelles en changement – sont autant d'arguments utilisés par les organismes de formation et les prescripteurs de ces méthodes, en faveur de leur utilisation. C'est l'image de la bibliothèque de demain, la bibliothèque moderne et adaptée en construction, qui est dressée dans les documents que nous avons collectés. La preuve en est la figure mise plus haut, où le terme *demain* est associé à *bibliothèque* sept fois. Il est également étroitement associé au mot *médiathèque* à cinq reprises.

3.2. Circulation des démarches

La circulation d'une pratique sous-entend un processus en étapes – d'autant plus lorsque celle-ci est perçue comme innovante et extérieure au groupe professionnel étudié. Nous nous interrogeons sur les canaux de prise de connaissance de l'existence de cette pratique, d'une part, et sur les facteurs exogènes à la pratique qui peuvent jouer sur son adoption. Parmi ceux-ci, on peut trouver l'environnement et les personnes qui le constituent comme les collègues et les partenaires institutionnels, la presse et les prescripteurs.

L'environnement institutionnel diffère selon que le professionnel exerce en BU ou en BM. Cependant nous avons pu constater, grâce au questionnaire, qu'aucune différence significative n'existait dans la connaissance des démarches centrées usagers selon l'environnement d'exercice. Nous avons en revanche remarqué que les agents de catégorie A avaient tous connaissance de notre sujet d'étude, tandis que 28 % des agents de catégorie B et 22 % des agents de catégorie C ne connaissaient pas les méthodes constitutives des démarches centrées usagers. Ce fait s'explique par des attentes et des responsabilités différenciées.

3.2.1. Le rôle de la presse et des prescripteurs : une incitation à nuancer

La presse spécialisée est une source de cohésion d'un groupe professionnel au même titre que les formations et les associations professionnelles. Elle partage les activités, les débats, les interrogations et les doutes d'une profession. C'est donc une place de choix pour la communication d'idées nouvelles. Le nombre limité des titres de presse liés aux métiers des bibliothèques ainsi que leur notoriété dans la profession sont synonymes d'une circulation potentiellement efficace des informations. Nous avons dressé une typologie des articles abordant les démarches centrées usagers depuis leur apparition en France. Cette catégorisation de 20 documents nous a amenés au constat d'une omniprésence des retours d'expérience (cf. Annexe B du dossier des annexes, pp. 7-10). Très peu d'articles sont purement théoriques. Le P.2 qui est le document le plus théorique, car présentant en détail et de manière très complète l'une des démarches, contient malgré tout une part d'étude de cas exemplaires, illustrant la diffusion de l'ethnographie appliquée aux bibliothèques. Les comptes rendus de congrès ou de journées de formation ne dérogent pas à ce constat. Bien qu'ils relatent un événement de formation précis, ils ne manquent pas de s'attarder sur les retours d'expérience des intervenants. La presse,

qu'elle soit généraliste ou spécialisée, ne manque pas d'exprimer en des termes positifs le résultat de ces expériences. Lorsqu'une médiathèque utilise le *design thinking*, *La Gazette des Communes* titre : « Comment une médiathèque fait peau neuve grâce au design de service ». Dans un autre article de la même revue, on peut lire : « La démarche adoptée par la bibliothèque départementale du Bas-Rhin (BDBR) tranche avec le cliché persistant de “bib” poussiéreuses » (Extrait P.19).

La proportion forte de retours d'expérience s'explique sans doute par l'inspiration qu'ils peuvent faire naître chez les lecteurs. Elle donne ainsi des clés de compréhension des démarches centrées usagers au fil du texte – définition et énumération des outils comme nous l'avons vu plus tôt – tout en les illustrant par des exemples précis. Ceux-ci sont même des « “*success stories*” de la profession en la matière » pour le document P.17. L'intérêt des retours d'expérience sur l'incitation à l'adoption est conforté par leur importante présence dans notre sous-corpus F et J : 10 des 18 formations en comprennent et cinq des journées d'étude. Ils sont également présentés avec le qualificatif d'« inspirant » comme dans le document F.7 : « Présentation d'exemples inspirants. », et F.8 : « Découvrir des retours d'expérience et des exemples inspirants ». La plaquette de la journée d'étude « De la suite dans les idées ou le *design thinking* en bibliothèque » organisée en 2016 parle même de la médiathèque entre Dore et Allier en ces termes : « Tout le monde connaît le fameux plan d'usage de Lezoux issu d'une démarche de *design thinking*. »

Par ailleurs, la presse donne la parole à des prescripteurs qui sont liés à ces cas exemplaires. On retrouve avec régularité les noms de professionnels suite à leur participation dans des chantiers de cas exemplaire, suite à des congrès et des journées de formation ainsi que pour leur donner la parole sur leur pratique (cf. Annexe H du dossier des annexes, p.35).

Le plus mentionné est le consultant et formateur Nicolas Beudon. *La Gazette des Communes* lui a consacré un portrait (P.1) cette année dans lequel on peut lire : « Fêré de

dessin et adepte de tarot, cet électron libre dynamite l'image figée et institutionnelle des bibliothèques en accompagnant les établissements dans leur recherche de renouveau ». Il est le formateur de sept des formations dont nous avons recueilli les plaquettes et est mentionné en tout dans neuf documents de nos trois corpus. Il est l'auteur d'un dixième document. Nathalie Clot, adepte de l'*UX design* est mentionnée quatre fois dans les corpus. D'autres professionnels apparaissent plusieurs fois, car indissociables de cas exemplaires. C'est le cas de Pauline Bénéteau, avec la médiathèque de Lezoux, dont le nom apparaît à trois reprises.

Il est notable que certains des prescripteurs soient extérieurs au monde des bibliothèques. C'est le cas de Guillaume Gronier. Ce psychologue-ergonome est un formateur souvent sollicité dans les formations sur l'*UX design*. Tandis qu'Alexia Jacques-Casanova est une consultante plus active dans le domaine des musées et qui s'est spécialisée dans le *design thinking* et la participation des usagers. Enfin, plusieurs professionnels étrangers sont cités notamment à l'évocation de l'histoire des approches de design en bibliothèque avant leur utilisation en France. Mais également dans le cadre des journées d'étude et de congrès : les anglo-saxons Andy Priestner, Aaron Schmidt et Amanda Etches, ainsi que la belge Julie Willems sont effectivement des intervenants occasionnels aux formations consacrées aux approches de design.

9.1. Professionnels des bibliothèques ayant acquis une expertise en UX design ou en design thinking selon les répondants

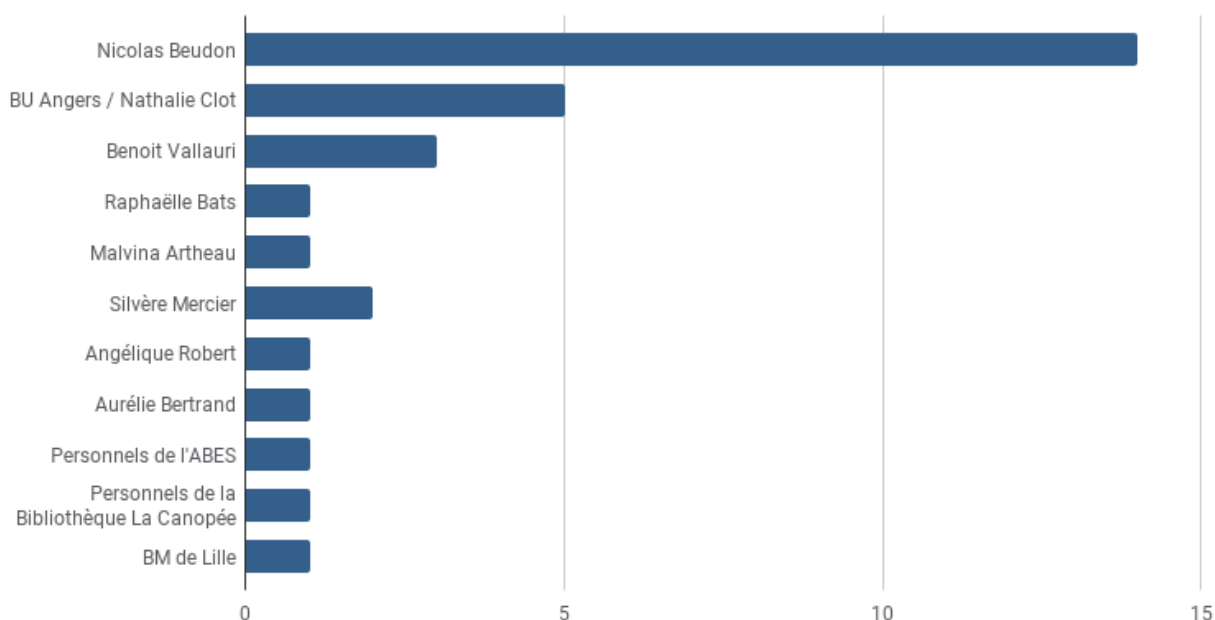


Illustration 4: Professionnels ayant acquis une expertise en UX design ou en design thinking. Graphique fait à partir des données recueillies.

Nous retrouvons certains des professionnels évoqués dans la littérature professionnelle au sein des réponses du questionnaire. 25 des 80 répondants disent avoir connaissance de professionnels ayant acquis une expertise dans l'*UX design* ou dans le *design thinking*. Sur ces 25 répondants, ils sont 14 à connaître Nicolas Beudon, prouvant sa place centrale dans le champ des démarches centrées usagers. Nous retrouvons également Nathalie Clot et la bibliothèque d'Angers. Enfin, Benoît Vallauri et Raphaëlle Bats qui sont respectivement cités deux et une fois dans les corpus, sont également évoqués par des répondants de manière plus minoritaire.

On remarque que les prescripteurs étrangers ne sont pas connus des répondants. Ceux-ci sont sollicités pour des formations car historiquement ce sont des prescripteurs dynamiques de ces méthodes. Ils ne sont cependant peut être pas connus de tout un chacun, car les frontières entre professionnels étrangers et français sont trop rigides en

dehors de ces quelques événements auxquels une partie très limitée de la population des bibliothécaires peuvent se rendre.

Enfin, nous avons cherché à comprendre le rôle informationnel et incitatif de différents éléments. Ils ont donc été confrontés lors du questionnaire. Les répondants étaient invités à noter de 1 à 5 chaque source.

4. Si vous faites de la veille professionnelle, lesquelles de ces sources vous sont les plus utiles ?

1 : Peu utile 5: Très utile

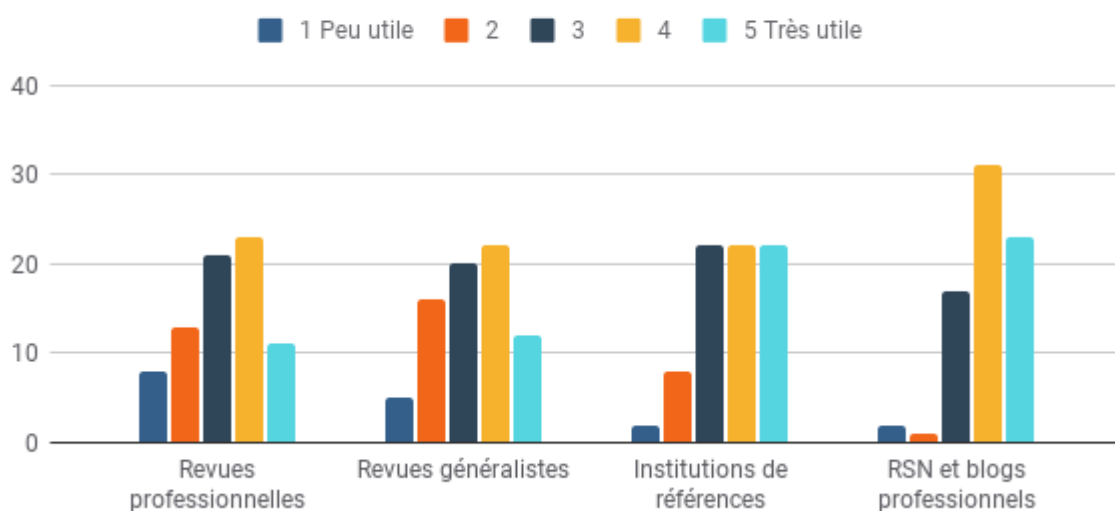


Illustration 5: Sources de veille et de leur utilité pour les professionnels. Graphique fait à l'aide des données recueillies durant l'enquête.

La majorité des professionnels ont voté pour 4 pour chaque item proposé, démontrant que chaque source pouvait être utile. Cependant, comme le montre le graphique, la répartition des votes diffère grandement d'un item à l'autre. Si nous nous intéressons à la moyenne pondérée de ces votes, nous pouvons apporter une première analyse nuancée. Les revues professionnelles ont une utilité de 3,25 sur 5, les revues généralistes de 3,36, les institutions et associations professionnelles de 3,76 tandis que les réseaux sociaux et les blogs professionnels ont pour moyenne 4,03. En outre, la médiane apporte un éclairage intéressant sur la perception qu'ont les bibliothécaires de chaque source. Ainsi on peut

remarquer qu'en ce qui concerne les revues (professionnelles comme généralistes,) les votes sont répartis ainsi : à peu près autant de votes en dessous de 3 qu'au-dessus de 3. De cette similitude, nous pouvons donc dégager que l'utilité de ces deux sources est réellement jugée comme moyenne. Tandis que la répartition des votes pour les institutions et les associations professionnelles montre une chute significative des votants en dessous de 3. Les réponses se trouvent massivement réparties à parts égales entre le 3 et le 5, montrant une certaine confiance pour les institutions et une satisfaction par rapport à leur communication. En tout 44 personnes ont voté dans la moitié supérieure de notre échelle, c'est-à-dire 4 et 5. C'est plus de la moitié de notre échantillon. Enfin les réseaux sociaux et les blogs de professionnels qui sont l'un des canaux privilégiés des prescripteurs⁹⁷ sont majoritairement jugés comme très utiles. Les répondants les percevant comme peu utiles dans leur dispositif de veille sont très minoritaires. Nous pouvons donc affirmer que c'est ce dernier canal qui est le plus intéressant pour les répondants dans leur suivi de l'actualité professionnelle.

Cependant le caractère incitatif de ces sources dans l'adoption d'une nouvelle pratique est à relativiser.

97 De nombreux professionnels sont présents sur Twitter ou sur les groupes professionnels Facebook (notamment dans le cadre de commission de travail de l'ABF). Ils peuvent également communiquer sur les blogs de leur établissement comme c'est le cas pour Nathalie Clot. Certains possèdent un blog personnel consacré à leur activité professionnelle comme Nicolas Beudon ou Andy Priestner

5. Les éléments suivants vous inciteraient-ils à adopter une nouvelle pratique professionnelle ou un nouvel outil ?

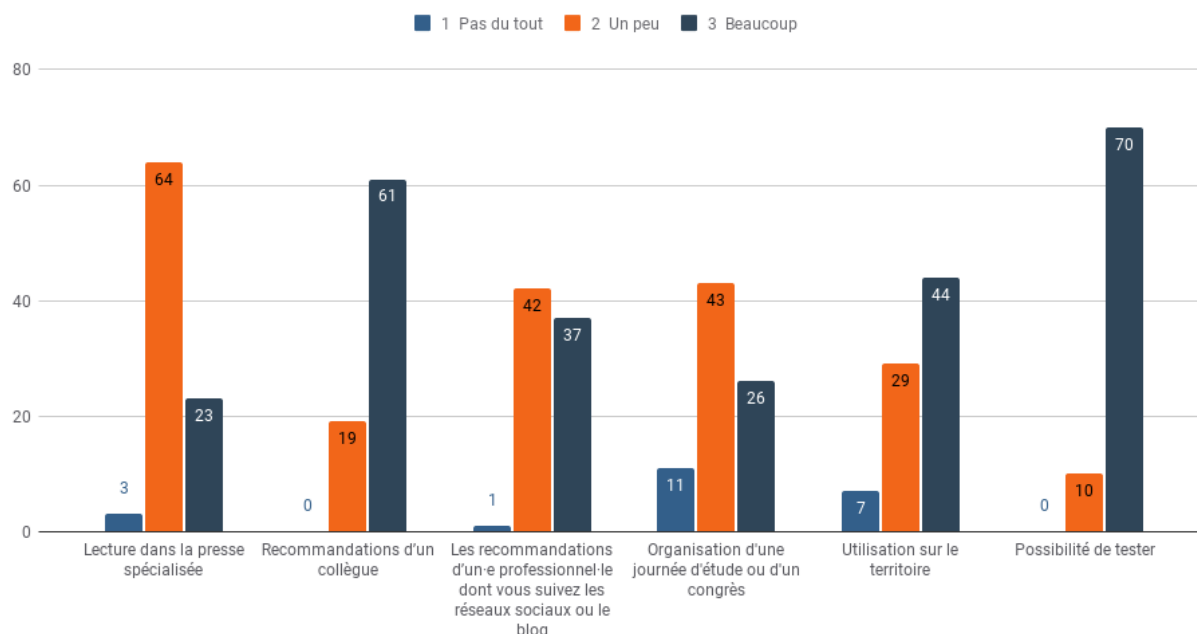


Illustration 6: Sources ayant un caractère incitatif dans le cadre de l'adoption d'une nouvelle pratique ou d'un nouvel outil. Graphique fait à l'aide des données recueillies au cours de l'enquête.

Les répondants sont peu incités par la lecture dans la presse. 64 d'entre eux ont voté pour 2, soit 80 % de l'échantillon. Cela paraît naturel étant donné qu'ils jugeaient cette source moyennement utile. Cependant les prescripteurs, via leurs réseaux sociaux, n'apparaissent que comme moyennement incitatifs.

En conclusion, la presse se fait écho des cas exemplaires d'utilisation des démarches centrées usagers. Elle offre une place de choix pour les prescripteurs. Ceux-ci, outre leur rôle dans des cas exemplaires, œuvrent à la formation des professionnels. Si le rôle de la presse est à nuancer dans son potentiel informationnel et incitatif, celui des prescripteurs, à travers leurs réseaux sociaux notamment, est plus nuancé. Ils sont des sources d'informations importantes pour les bibliothécaires. Mais les mêmes professionnels semblent ne pas les juger comme des canaux très incitatifs au changement de pratique ou à l'adoption de nouveaux outils.

3.2.2. Facteurs humains et facteur environnementaux

Everett Rogers soulignait l'importance dans l'adoption des innovations des leaders d'opinion, d'une part, et celles des proches, d'autre part. Le graphique, inséré plus haut, montre à quel point le facteur humain joue dans l'incitation à l'adoption d'une nouvelle pratique. Les recommandations d'un collègue sont l'une des sources les plus convaincantes pour les répondants. 76,25 % d'entre eux jugent comme très incitative la recommandation d'un collègue. Par ailleurs, il ressort de notre expérimentation que la dynamique de groupe est nécessaire à l'adoption des démarches centrées usagers. Cette dynamique peut s'exprimer localement, au niveau d'un réseau de bibliothèques, d'un département ou d'une région. Nous avons pu constater que l'ancrage territorial jouait en effet un rôle dans la prise de connaissance, mais également dans l'incitation à l'adoption de pratiques innovantes. Ainsi, 44 des 80 répondants, soit 55 % d'entre eux, disent être incités par l'utilisation de la pratique dans leur territoire, que cela soit à la suite de partenariat ou de rencontres autour de leur bibliothèque départementale. Il est très probable que des phénomènes de mimétisme puissent intervenir au niveau local.

Par ailleurs, des professionnels ont également choisi d'ajouter à la question facultative 6 « Quels facteurs pourraient vous inciter à adopter une nouvelle pratique ? », des réponses appuyant l'importance des pairs et des partenaires locaux comme :

« Discussions entre pairs » (Soumission n°1, cf. Annexe G du dossier des annexes, p. 24)

« Réflexion et/ou discussion en interne avec les collègues sur une volonté de développement de la bibliothèque » (Soumission n°6, cf. Annexe G du dossier des annexes, p. 24)

« Adoption de la pratique par le service - direction du supérieur » (Soumission n°8, cf. Annexe G du dossier des annexes, p. 24)

« Le partenariat avec d'autres structures ou équipements » (Soumission n°15, cf. Annexe G du dossier des annexes, p. 24)

Enfin, on peut lire dans le document P.20 : « Soutenue par une direction convaincue qui a placé l'UX dans son projet d'établissement, ce travail de six semaines n'avait de sens qu'à la condition que la dynamique impulsée par le projet soit maintenue par l'équipe ». La hiérarchie et la volonté politique locale jouent également un rôle. Elle a, en effet, été mentionnée par trois des répondants. Un professionnel a également ajouté ceci à la question 11.2 « S'il n'y a pas de projet d'équipe autour de ce genre de dispositif, on ne peut pas mobiliser seul(e) les outils obtenus en formation. Je quitte de ce fait prochainement ma collectivité pour intégrer une médiathèque dont certains projets sont mis en place par le biais des démarches participatives » (cf. Annexe G du dossier des annexes, p. 34).

Face au changement, une attitude de rejet ou de méfiance est naturelle, comme nous l'avons plus tôt identifié dans notre première partie. C'est pourquoi deux formations soulignent l'importance d'identifier les leviers et les obstacles au changement dans une institution :

« Comprendre quelles sont les conditions favorables pour mener ce type de projet dans une organisation comme une bibliothèque. » (Extrait de F.9)

« Comprendre les réactions individuelles et collectives face aux changements et identifier les leviers culturels, organisationnels et structurels qui facilitent ou entravent les changements. » (Extrait de F.14)

Un professionnel dans le cadre d'un retour d'expérience, ajoute qu'il est nécessaire de « Veiller à l'adhésion et l'implication de son équipe dans le projet. » (Extrait de P.20) tandis qu'un des intervenants à une journée d'étude propose un « retour de son expérience et notamment des inévitables moments de friction au sein des équipes, avec les élus... » et évoque une « riche aventure pour certains, elle peut également être source de tensions » (Extraits de J.2). Un des répondants à l'enquête, qui adopté des techniques de créativité collaborative apparentées au *design thinking* pour ses réunions d'équipe fait état de réticences: « certains collègues goûtent peu ces méthodes jugées trop rapides (peu de temps pour poser une réflexion, une proposition) ».

Un changement de posture professionnelle et une capacité d'adaptation au changement semblent nécessaires. Ainsi le personnel de la médiathèque de Lezoux, a pu le découvrir selon le document F.8, le constat a alors été que le « succès [est] conditionné à la capacité des agents à changer de posture. » (Extrait de F.8). Le document P.16 le confirme : « Cette démarche demande du lâcher prise », et « La méthode est riche mais éprouvante. Elle prend du temps et génère beaucoup de remises en question. » Ce serait donc des méthodes qui tendraient à changer en profondeur la posture du bibliothécaire, idée qu'on retrouve à plusieurs reprises dans notre corpus : « À l'échelle locale, tous les enseignements de cette expérience convergent dans le sens d'une médiathèque davantage ouverte à de multiples usages collaboratifs, conçue pour favoriser les activités collectives et l'accueil d'activités extérieures. On est donc très loin d'une image du bibliothécaire assis derrière son comptoir et gérant un stock d'ouvrages. Si ces hypothèses se vérifient, l'organisation des médiathèques mais aussi le métier des médiathécaires pourraient en être modifiés. » (Extrait P.12). La stagiaire conservatrice Laure Vaquer le dit avec humour : « J'ai donc troqué successivement mon chignon de bibliothécaire-stagiaire pour la blouse des cuisiniers de l'UX, l'imper-lunettes noires de l'enquêteur et le casque de chantier de l'architecte d'intérieur. » (Extrait de P.20).

Ce changement de posture ne peut se faire qu'à l'aide de sensibilisation auprès des professionnels. Le retour d'expérience au document P.6 le mentionne ainsi : « Ce projet porté par la direction a également pour objectif de sensibiliser l'équipe aux enjeux de l'UX, afin d'expérimenter ces méthodes d'enquête régulièrement. ». Tandis que les auteurs des documents P.17 et P.5 vont plus loin et évoquent la nécessaire « acculturation ». On peut ainsi lire dans le P.5 qu'une des limites à l'utilisation du *design UX* est « la nécessaire acculturation des équipes à cette approche nouvelle, qui requiert un accompagnement ». Enfin Laure Vaquer, citée plus haut, raconte sa démarche auprès de ses collègues :

« Rencontres individuelles, communications régulières et participation de l'équipe à la rédaction de la grille d'observation ont permis de sensibiliser l'équipe aux fondamentaux de l'expérience usager. Les plus sceptiques ont été séduits par l'aspect concret de la

méthode. Pour certains collègues, l'UX peut être perçu comme un concept faussement innovant, issu du marketing et empreint d'une consonance négative. Ce travail de sensibilisation et de déconstruction de certains préjugés n'est donc pas à négliger. » (Extrait de P.20)

Les facteurs exogènes à l'innovation qui peuvent jouer sur l'adoption sont nombreux et nous avons vu que le facteur humain n'est pas à négliger. Mais l'adoption ne résulte pas de la simple prise de connaissance et des encouragements du réseau le plus proche. Une pratique innovante demande une remise en question de la posture professionnelle qui ne peut se faire que grâce à une sensibilisation, un accompagnement au changement. Un répondant a par ailleurs expliqué à la réponse ouverte être incité s'il lui était possible de suivre une « Formation à cette pratique et [de recevoir un] accompagnement à moyen terme (par les collègues et / ou bibliothèque départementale) » (Soumission n°12 à la question 6, cf. Annexe G du dossier des annexes, p. 24).

3.2.3. *Adopter, intégrer, adapter*

Les collègues, le réseau, les prescripteurs, les partenaires sont autant d'acteurs qui jouent un rôle sur la circulation mais l'adoption est un acte qui résulte d'un calcul entre avantage et inconvénient qui survient après avoir pu observer l'objet à adopter. Plusieurs professionnels ont exprimé l'importance des avantages relatifs de la nouvelle pratique par rapport aux habitudes déjà en place. On peut lire ainsi :

« Les points positifs et négatifs pour comparer la nouvelle pratique pro de l'ancienne, la preuve de gain de temps, l'ergonomie du logiciel utilisé (si logiciel).. » (Soumission n°14 à la question 6, cf. Annexe G du dossier des annexes, p. 24)

« Le fait de constater que les pratiques habituellement utilisées se révèlent peu efficaces ou peu adaptées pour la mise en place d'un projet particulier. » (Soumission n°9 à la question 6, cf. Annexe G du dossier des annexes, p. 24)

Par ailleurs, il nous paraît important de souligner les réponses les plus concluantes à notre recherche de facteurs exogènes à l'innovation pouvant jouer sur son adoption. 80 % des professionnels ont dit être prêts à adopter une nouvelle pratique s'ils leur étaient possible de la tester. Les formations jouent naturellement sur ce besoin en proposant bien sûr des exercices et des ateliers pratiques. C'est le cas pour toutes les formations proposées dans le sous-corpus F. Mais à cela s'ajoute une insistance sur le caractère concret des démarches centrées usagers. Les modalités pédagogiques appuient sur cet aspect en proposant dans la formation en F.14 : « Réfléchir collectivement à des modalités de mise en pratique de retour dans l'établissement puis debriefing. ». Tandis que le F.18 se présente ainsi : « L'atelier adopte une approche pratique et interactive : en s'appuyant sur une présentation détaillée des techniques de base, il permettra aux participants de réfléchir à comment les utiliser dans leur établissement. Ils pourront aussi travailler sur leur situation locale : quels sont les services qui fonctionnent bien, ceux qui peuvent être améliorés et ceux qui ne marchent pas du tout ? À l'issue de la séance, les participants seront prêts (et on l'espère motivés) à mettre en œuvre des méthodes testées et approuvées et à mieux comprendre l'expérience de leurs utilisateurs pour leur proposer des services innovants ou mieux adaptés à leurs besoins ». Pour la formation en F.8, les participants sont invités à venir avec des idées de projets. Un projet fil-rouge est alors utilisé durant toute la durée de la session.

Les démarches centrées usagers étant originaires de secteurs autres que les bibliothèques on trouve parfois des références au processus qui leur permettent d'être utilisables dans un nouvel environnement. Pour certains documents, les démarches de design centrées usagers sont transposables. Le F8 propose de « découvrir des outils transposables en contexte réel », le F.18 fait découvrir « des outils UX, faciles à transposer dans leurs établissements » et le F.6 est « plus particulièrement centrée sur deux outils de modélisation UX aisément transposables en bibliothèque : les persona et les parcours utilisateurs. ». Enfin le F.3, dans une formulation plus nuancée, s'interroge « *Le Design Thinking*: comment ? connaître les techniques et outils transférables en info-doc ».

D'autres documents préfèrent le terme d'intégration comme le F.11 dans lequel on peut lire « Intégrer le projet UX dans l'équipe, impliquer les collègues. ». Toutefois, le F.5 demande : « *Design Thinking* : comment l'intégrer ? ». Des termes mettant l'accent sur un processus de transfert plus complexe, utilisent le terme d'adaptation comme le F.3 qui s'interroge, à la place de ses participants : « Comment puis-je l'adapter à ma pratique professionnelle ? ». Enfin, dans un registre quelque peu différent, les bibliothécaires peuvent également être amenés à « S'approprier les concepts de la démarche de *design thinking* » comme pour le F.7.

L'adoption de pratiques qui peuvent remettre en cause des habitudes de travail et une posture profondément ancrée, comme le laisse supposer notre corpus, est un processus complexe où de nombreux facteurs s'entrecroisent.

Conclusion

Les bibliothécaires, quel que soit leur lieu d'exercice, sont confrontés à un contexte en évolution, voire en « (r)évolution »⁹⁸ : transformation du paysage culturel, nouvelles pratiques culturelles et informationnelles de leurs usagers, dématérialisation des collections et des services, changement de cœur de métier de la prescription à la facilitation ou à la formation...

Pour répondre aux nouveaux besoins et aux attentes tout en restant un lieu de culture, d'information et de sociabilité, nous avons vu émerger de nouveaux modèles et concepts : *Learning center*, *Living Lab*, bibliothèque 3^e lieu, participation en bibliothèque... autant de notions inspirantes qui ont pour point commun une focalisation toute particulière sur l'utilisateur : son confort, ses besoins, ses attentes, sa formation, sa sociabilité...

En outre, dans un contexte de restrictions budgétaires, où les établissements sont amenés à rendre des comptes à leur tutelle et à justifier de leur impact, de leur pertinence, il est important de posséder des outils d'évaluation efficaces. La culture professionnelle en matière de système de recueil de données est désormais profondément ancrée. Les traditionnelles enquêtes de satisfaction veulent offrir un aperçu de l'expérience des usagers de la bibliothèque mais celles-ci se limitent généralement à une perspective quantitative de la situation qui paraît aujourd'hui insuffisante. Nathalie Clot l'affirme dans sa contribution intitulée « Arrêter, commencer, continuer : évaluer pour décider » à l'ouvrage collectif *Évaluer la bibliothèque par les mesures d'impacts* : « Pour conclure, cette contribution ne peut qu'appeler à sortir des outils purement quantitatifs et normatifs pour amener l'ensemble des services d'une bibliothèque à adopter une approche globale de l'expérience utilisateur, nourrie d'observations de terrain, d'empathie et de recherches sur les usages réels de l'ensemble des services de la bibliothèque et les besoins fondamentaux

98 THAREL-DOUSPIS, Christine. Bibliothèque en (r)évolution Journée MOBILIS/ENSSIB – Le Mans – 27 avril 2017. *Bulletin des bibliothèques de France (BBF)* [en ligne]. 2017. Vol. 11. Disponible à l'adresse : https://bbf.enssib.fr/tour-d-horizon/bibliotheque-en-revolution_67566

des personnes qu'elles desservent. »⁹⁹. Le tableau ainsi brossé est celui des démarches centrées usagers, apparues en bibliothèque dans les pays scandinaves et anglo-saxons au début des années 2000 et s'étant diffusé pour la première fois en France à partir du milieu des années 2010.

Nous avons souhaité étudier les modes de circulation de ces pratiques, perçues comme innovantes dans le monde des bibliothèques, et les facteurs influençant leur possible adoption. La veille étant une part non négligeable de l'activité des professionnels des bibliothèques, il est vraisemblable que la lecture de la presse et de ses communications autour de la pratique soit un facteur jouant favorablement sur l'adoption. De plus, la presse peut être amenée à se faire l'écho de ceux ayant testé la pratique et en faisant la promotion. La presse reste cependant une source d'information distanciée. Le réseau proche, c'est-à-dire les collègues de travail, ou les pairs se trouvant dans un même secteur géographique, s'ils ont testé, approuvé et recommandé, peuvent avoir un pouvoir incitatif fort du fait de la confiance qu'on leur accorde. Enfin, les démarches centrées usagers, par leur caractère innovant, nécessitent d'être abordées par essai-erreur. Les professionnels, dans leur processus d'adoption, éprouveraient les divers aspects des démarches centrées usagers, avant de les adopter comme une méthode globale.

Afin d'éprouver ces hypothèses, nous avons constitué un corpus issu de la littérature professionnelle, dans son sens le plus large, comprenant non seulement des articles de la presse professionnelle et spécialisée mais également des traces de formations et des présentations de journée d'étude et de congrès. Le point commun de tous ces documents est les démarches centrées usagers. Une analyse de contenu, se basant sur des outils de statistique et de lexicométrie nous ont permis de parcourir nos trois sous-corpus. Ce

99 CLOT, Nathalie. Arrêter, commencer, continuer : évaluer pour décider. In : TOUITOU, Cécile, *Évaluer la bibliothèque par les mesures d'impacts* [en ligne]. Villeurbanne : Presses de l'Enssib, 2016. pp. 75-86. La Boîte à outils, 37. [Consulté le 12 septembre 2020]. ISBN 979-10-91281-76-8. Également disponible en ligne à l'adresse : <https://books.openedition.org/pressesenssib/5739>

travail est enrichi par la diffusion d'un questionnaire auprès de bibliothécaires de la lecture publique et de l'enseignement et de la recherche.

Au terme de cette étude, nous avons fait plusieurs constats. La presse œuvre en effet pour la circulation des démarches centrées usagers. Elle participe, au même titre que les formations et les journées d'étude, à en donner une définition. Elle s'appuie pour ça sur des concepts et notions clés de la culture professionnelle. Les démarches centrées usagers gravitent au cœur d'autres modèles inspirants, de pratiques déjà en place et d'injonctions des pouvoirs publics. Elles se trouvent comme placées dans une continuité logique. À cela s'ajoute le rappel régulier d'un contexte mouvant qui encourage le recours à de nouveaux outils, de nouvelles méthodes, de nouveaux modèles. Ce sont autant de leviers argumentatifs que la presse, se faisant très souvent l'écho de prescripteurs, actionne. Elle donne en effet la parole aux prescripteurs mais offre surtout une fenêtre sur les exemples inspirants conçus à l'aide de ces méthodes. Cependant, il faut nuancer l'effet de la presse dans l'adoption de nouvelles pratiques. Elle semble satisfaire moyennement les professionnels dans leur recherche d'informations et d'actualité et 80 % des répondants à notre question, soit 64 personnes, dit l'avoir trouvée seulement « un peu » incitative à l'adoption de nouvelles pratiques. *A contrario*, les prescripteurs via leurs réseaux sociaux sont jugés comme des sources de veille très pertinents, 44 personnes les trouvent utiles voire très utiles. Mais, ils sont également perçus comme des éléments seulement peu incitatifs.

Le facteur humain, ainsi que celui de la proximité, semble avoir un effet très important dans la circulation d'une pratique innovante. 76,25 % des répondants affirment que les recommandations d'un collègue du réseau proche sont très incitatives. Tandis que l'utilisation sur le territoire de la pratique par d'autres professionnels des bibliothèques est très convaincante pour 55 % d'entre eux. À cela s'ajoute l'importance de la dynamique de groupe dans l'adoption des démarches centrées usagers. Pour l'un des répondants et pour les professionnels ayant partagé leurs expériences dans la presse et dans les journées

d'étude, la réticence au changement est l'un des obstacles courants dans la mise en place de projets conçus à l'aide de ces pratiques. Celles-ci demandent effectivement d'être capable de changer de posture professionnelle. Si ce changement ne doit pas transformer du jour au lendemain le bibliothécaire en designer ou en architecte d'intérieur comme le caricature Laure Vaquer dans son retour d'expérience¹⁰⁰, il est indéniable qu'il demande une certaine capacité d'adaptation de la part du professionnel. La question qu'ont permis de soulever, grâce à leur vocabulaire, certaines présentations de formation est : les démarches centrées usagers sont-elles transposables, intégrables, adaptables au fonctionnement courant des bibliothèques ? À terme, les bibliothécaires peuvent-ils se l'approprier ? 70 des 80 répondants à notre question ont affirmé être grandement incités à l'adoption d'une pratique s'il leur était possible de la tester par eux-mêmes. Les avantages relatifs d'une nouvelle pratique, la subjectivité personnelle avec ses biais, les habitudes de travail actuelles... les éléments incitatifs à l'adoption d'une pratique innovante et les obstacles en freinant la circulation sont pris dans des réseaux complexes.

Notre étude a permis d'apporter un éclairage sur ces phénomènes grâce à deux méthodologies complémentaires, mais les limites de ces approches empiriques ne nous ont pas permis d'aborder pleinement l'hypothèse d'une adoption par étape de la part des professionnels. Des entretiens avec des bibliothécaires étant sensibilisés, ayant testés et pratiquant aujourd'hui l'une des démarches centrées usagers serait une étape indispensable pour se rendre compte du processus exact d'adoption. Pour cela, nous aurions pu solliciter des personnes identifiées dans notre corpus ou suivre notre questionnaire par un entretien avec certains des répondants ayant eu l'occasion de tester ces méthodes.

100 VAQUER, Laure. Silence ! On experimente... Bibliothèque(s). 2019. N° 98/99, pp. 18-20. Également disponible en ligne à l'adresse : <https://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/69829-98-99-liberte-citoyennete-bibliotheque.pdf>

Bibliographie

ABBOTT, Andrew. 1. Écologies liées : à propos du système des professions. In : MENGER, Pierre-Michel (éd.), *Les professions et leurs sociologies* [en ligne]. Paris : Éditions de la Maison des sciences de l'homme, 2003. [Consulté le 8 mai 2021]. ISBN 978-2-7351-0993-7. Disponible à l'adresse : <http://books.openedition.org/editionsmsmh/5721>

ABID-ZARROUK, Sandoss Ben. Innovations pédagogiques, incertitude et biais cognitifs. *Recherches & éducations*. 1 juin 2012. N° 6, pp. 55-70.
DOI [10.4000/rechercheseducations.1223](https://doi.org/10.4000/rechercheseducations.1223).

ALTER, Norbert. *Les logiques de l'innovation. Approche pluridisciplinaire* [en ligne]. Paris : La Découverte, 2002. Recherches. [Consulté le 12 avril 2021] ISBN 978-2-7071-3695-4.
Disponible à l'adresse : <https://www.cairn.info/les-logiques-de-l-innovation--9782707136954.htm>

American Institute for Graphic Arts (AIGA). *An Ethnography Primer* [en ligne]. New York. [sans date]. [Consulté le 31 janvier 2021]. Disponible à l'adresse : <https://www.aiga.org/ethnography-primer>

ASHER, Andrew et MILLER, Susan. *Comment faire de l'anthropologie en bibliothèque* [en ligne]. 2016. [Consulté le 2 mars 2020]. Disponible à l'adresse : https://adbu.fr/competplug/uploads/2016/10/methodes_anthropologie_en_bibliotheques.pdf

AUBRY, François et COUTURIER, Yves. Présentation. *Cahiers de recherche sociologique*. 2012. N° 53, pp. 5-9. DOI [10.7202/1023188ar](https://doi.org/10.7202/1023188ar).

BEAUDRY, Guylaine. Une profession aux mille visages. In : *Profession bibliothécaire* [en ligne]. Montréal : Presses de l'Université de Montréal, 2015. pp. 7-13. Profession. [Consulté le 10 juin 2021]. ISBN 978-2-8218-5053-8. Disponible à l'adresse : <http://books.openedition.org/pum/398>

BERTI, Johann. Bibliothécaires : dire ce qu'ils font, plutôt que ce qu'ils sont. *Arabesques* [en ligne]. 1 avril 2020. N° 97, pp. 4-5. DOI 10.35562/arabesques.1781. Également disponible à l'adresse : <https://publications-prairial.fr/arabesques/index.php?id=1781>

BERTRAND, Anne-Marie et al. *Quel modèle de bibliothèque ?* Presses de l'enssib., 2008. ISBN 978-2-37546-039-9.

BERTRAND, Anne-Marie. Légitimité professionnelle et modèles d'excellence : le bibliothécaire et l'utilisateur. *Bulletin des bibliothèques de France (BBF)*. 1995. N° 6, pp. 52-55.

BEUDON, Nicolas. L'impact du design thinking. *I2D - Information, données & documents*. 2017. Vol. 54, n° 1, pp. 50-51. DOI [10.3917/i2d.171.0050](https://doi.org/10.3917/i2d.171.0050).

BEUDON, Nicolas. Le vocabulaire du design thinking. *I2D - Information, données & documents*. 2017. Vol. 54, n° 1, pp. 32. DOI [10.3917/i2d.171.0032](https://doi.org/10.3917/i2d.171.0032).

BEUDON, Nicolas. L'art d'aller voir ailleurs. *Le recueil factice* [en ligne]. 5 juillet 2018. [Consulté le 8 mai 2021]. Disponible à l'adresse : <http://nicolas-beudon.com/2018/07/05/analogies/>

BEUDON, Nicolas. Le design thinking : une méthode pour créer la bibliothèque troisième lieu ? *Le recueil factice* [en ligne]. 5 février 2018. [Consulté le 4 février 2020]. Disponible à

l'adresse : <http://nicolas-beudon.com/2018/02/05/le-design-thinking-une-methode-pour-creer-la-bibliotheque-troisieme-lieu/>

BISBROUCK, Marie-Françoise et GASCUEL, Jacqueline. Quels espaces pour la bibliothèque ? [en ligne]. 1 janvier 1985. [Consulté le 8 juillet 2021]. Disponible à l'adresse : <https://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-1985-01-0006-001>

BRIAND, Gérard et DE COURS, Isabelle. Le code de déontologie du bibliothécaire. *Bulletin des bibliothèques de France (BBF)*. 2004. N° 1, pp. 62-65.

BUGEJA-BLOCH, Fanny et COUTO, Marie-Paule. *Les méthodes quantitatives*. Paris cedex 14 : Presses Universitaires de France, 2015. Que sais-je ? ISBN 978-2-13-063161-3.

BURGER-HELMCHEN, Thierry, HUSSLER, Caroline et COHENDET, Patrick. *Les Grands Auteurs en Management de l'innovation et de la créativité* [en ligne]. Caen : EMS Editions, 2016. Grands auteurs. [Consulté le 9 juin 2021]. ISBN 978-2-84769-812-1. Disponible à l'adresse : <https://www.cairn.info/les-grands-auteurs-en-management-de-l-innovation--9782847698121.htm>

CALENGE, Bertrand. *Accueillir, orienter, informer: l'organisation des services aux publics dans les bibliothèques*. Paris : Éd. du Cercle de la Librairie, 1996. Collection Bibliothèques. ISBN 978-2-7654-0625-9.

CALENGE, Bertrand. *Bibliothécaire, quel métier ?* Paris : Éditions du Cercle de la Librairie, 2004. Collection Bibliothèques. ISBN 978-2-7654-0890-1.

CARACO, Benjamin. Les Enquêtes ethnographiques en bibliothèque. *Bulletin des bibliothèques de France (BBF)*. 1 janvier 2013. N° 2, pp. 79-95.

CLÉMENT, Catherine. L'essoufflement du modèle : symptômes et causes. In : *Quel modèle de bibliothèque ?* Villeurbanne : Presses de l'enssib., 2008. pp. 43-70. Série généalogies. ISBN 978-2-37546-039-9.

CLOT, Nathalie. Arrêter, commencer, continuer : évaluer pour décider. In : TOUITOU, Cécile, *Évaluer la bibliothèque par les mesures d'impacts* [en ligne]. Villeurbanne : Presses de l'Enssib, 2016. pp. 75-86. La Boîte à outils, 37. [Consulté le 12 septembre 2020]. ISBN 979-10-91281-76-8. Disponible à l'adresse : <https://books.openedition.org/pressesenssib/5739>

COMBESSIE, Jean-Claude. *La méthode en sociologie*. 5e éd. Paris : La Découverte, 2007. Repères, 194. ISBN 978-2-7071-5241-1.

COUTO, Marie-Paule et BUGEJA-BLOCH, Fanny. *Les méthodes quantitatives*. Paris : Presses Universitaires de France, 2015. Que sais-je ? ISBN 978-2-13-063161-3.

CROS Françoise. L'innovation en éducation et en formation. *Revue française de pédagogie*, Vol. n° 118, 1997. p. 130. Également disponible en ligne à l'adresse : https://www.persee.fr/doc/rfp_0556-7807_1997_num_118_1_1181

DAUMAL, Sylvie. *Design d'expérience utilisateur: Principes et méthodes UX*. Paris : Éditions Eyrolles, 2012. Design Web. ISBN 978-2-212-13456-8.

DEISS, Kathryn J., Innovation and Strategy : Risk and Choice in Shaping User-Centered Libraries, *Library Trends*. 2004. Vol. n° 53, n°1, p.19. Également disponible en ligne à l'adresse : <http://liaisonprograms.pbworks.com/f/deiss.pdf>

DEMAZIÈRE, Didier et GADÉA, Charles. Introduction. In : *Sociologie des groupes professionnels* [en ligne]. Paris : La Découverte, 2009. pp. 13-24. Recherches.

[Consulté le 2 juin 2021]ISBN 978-2-7071-5214-5. Disponible à l'adresse :

<https://www.cairn.info/sociologie-des-groupes-professionnels--9782707152145-p-13.htm>

DJELLAL, Faridah et GALLOUJ, Faïz. Les lois de l'imitation et de l'invention : Gabriel Tarde et l'économie évolutionniste de l'innovation. *Revue economique*. 10 juillet 2017. Vol. Vol. 68, n° 4, pp. 643-671.

DOMINIQUE, Lahary. Vie et aventures du millefeuille statutaire. *Bulletin des bibliothèques de France (BBF)*. 2010. N° 2, pp. 13-18.

DUBAR, Claude, TRIPIER, Pierre et BOUSSARD, Valérie. *Sociologie des professions* [en ligne]. Paris : Armand Colin, 2015. U. [Consulté le 21mai 2021]ISBN 978-2-200-60302-1. Disponible à l'adresse : <https://www.cairn.info/sociologie-des-professions--9782200603021.htm>

DUBOULOZ, Sandra. Les barrières à l'innovation organisationnelle : Le cas du Lean Management. *Management international*. 28 novembre 2013. Vol. 17, n° 4, pp. 121-144. DOI [10.7202/1020673ar](https://doi.org/10.7202/1020673ar).

DURAND, Jean-Pierre, PEYRIÈRE, Monique et SEBAG, Joyce. *Bibliothécaires en prospective* [en ligne]. Paris : Ministère de la culture et de la communication, DDAI, Département des études, de la prospective et des statistiques, 2006. [Consulté le 04 juin 2021]ISBN 978-2-11-094283-8. Disponible à l'adresse : http://www.culture.gouv.fr/dep/telechrg/tdd/bibliothecaires/somm_bibliothecaires.htm

European Mathematical Society. Errors, theory of. *Encyclopedia of Mathematics* [en ligne]. 17 février 2011. [Consulté le 12 juin 2021]. Disponible à l'adresse : http://encyclopediaofmath.org/index.php?title=Errors,_theory_of&oldid=46852

FABLET, Dominique. Les groupes d'analyse des pratiques professionnelles : une visée avant tout formative. *Connexions*. 2004. Vol. 82, n° 2, pp. 105. DOI [10.3917/cnx.082.0105](https://doi.org/10.3917/cnx.082.0105).

FAGERBERG, Jan. Innovation: A Guide to the Literature. In : MOWERY, David C. (éd.), *The Oxford Handbook of Innovation* [en ligne]. Oxford : Oxford University Press, 2009. pp. 27. [Consulté le 22 janvier 2021]. Disponible à l'adresse : <http://oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780199286805.001.0001/oxfordhb-9780199286805-e-1>

GAGLIO, Gérald. *Sociologie de l'innovation* [en ligne]. Paris : Presses Universitaires de France, 2011. Que sais-je ? [Consulté le 16 juin 2021] ISBN 978-2-13-058575-6. Disponible à l'adresse : <https://www.cairn.info/sociologie-de-l-innovation--9782130585756.htm>

GAMBA, Tiphaine. D'où vient la « pensée design » ? *I2D - Information, données & documents*. 2017. Vol. 54, n° 1, pp. 30-32. DOI [10.3917/i2d.171.0030](https://doi.org/10.3917/i2d.171.0030).

GODIN, Benoît. *L'innovation sous tension : histoire d'un concept*. Québec : Presses de l'Université Laval, 2017. Monde culturel. ISBN 978-2-7637-2707-3.

HENARD, Charlotte (dir.). *Le métier de bibliothécaire*. 13e éd. Paris : Éditions du Cercle de la librairie, 2019. ISBN 978-2-7654-1578-7.

HÉNAUT, Léonie. Capacités d'observation et dynamique des groupes professionnels. La conservation des œuvres de musées. *Revue française de sociologie*. 2011. Vol. 52, n° 1, pp. 71-101. DOI [10.3917/rfs.521.0071](https://doi.org/10.3917/rfs.521.0071).

IDEO. *Le Design thinking en bibliothèque* [en ligne]. 2016. [Consulté le 4 avril 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/66044-le-design-thinking-en-bibliotheque.pdf>

IDEO LP, BEUDON, Nicolas, BARBIER, Emilie, BAMPAIN, Coline et CHARTIER, Pascale. *Le design thinking en bibliothèque: un kit pratique pour la conception de projets centrés sur les usagers* [en ligne]. 2016. [Consulté le 28 avril 2021]. ISBN 978-2-9555530-0-8. Disponible à l'adresse : <https://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/66044-le-design-thinking-en-bibliotheque.pdf>

ISO, 2014. *Méthodes et procédures pour évaluer l'impact des bibliothèques*. ISO 16439

JACQUENOD, Raymond. *Nouveau dictionnaire étymologique: l'origine de 20 000 mots français*. Allier, Belgique : Marabout, 1996. ISBN 978-2-501-02452-5.

JOLIS, Pierre et MELOT, Michel. *Rapport annuel du Conseil supérieur des bibliothèques (1992)* [en ligne]. Paris : Association du Conseil supérieur des bibliothèques, 1992. [Consulté le 15 mars 2021] Disponible à l'adresse : <https://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/1088-rapport-annuel-du-conseil-superieur-des-bibliotheques-1992.pdf>

LEBLANC, Frédérique. 2. La librairie, partenaire culturel. In : PAYEN, Emmanuèle, *Les bibliothèques dans la chaîne du livre* [en ligne]. Éditions du Cercle de la Librairie, 2004. pp. 91. [Consulté le 10 juin 2021]. ISBN 978-2-7654-0888-8. Disponible à l'adresse : <http://www.cairn.info/les-bibliotheques-dans-la-chaîne-du-livre--9782765408888-page-91.htm>

MAHIL, Aziza et TREMBLAY, Diane-Gabrielle. Théorie de l'acteur-réseau. In : BOUCHARD, Frédéric, DORAY, Pierre et PRUD'HOMME, Julien (éd.), *Sciences, technologies et sociétés de A à Z* [en ligne]. Montréal : Presses de l'Université de Montréal, 2015. pp. 234-237.

[Consulté le 25 janvier 2021]. ISBN 978-2-7606-3495-4. Disponible à l'adresse :

<http://books.openedition.org/pum/4363>

MARIE D. MARTEL. Le design du « care » en bibliothèque : du tiers lieu au lieu d'inclusion sociale. *I2D - Information, données & documents*. 2017. Vol. 54, n° 1, pp. 52-54.

DOI [10.3917/i2d.171.0052](https://doi.org/10.3917/i2d.171.0052).

Ministère de la Culture, Direction général des Médias et des Industries culturelles – Service du Livre et de la Lecture, Observatoire de la Lecture publique. *Synthèse nationale des données d'activité 2018 des bibliothèques municipales et intercommunales éditée en 2021 par le Ministère de la Culture* [en ligne]. Paris, 2021. [Consulté le 12 mars 2021]. Disponible à l'adresse : <https://www.culture.gouv.fr/content/download/287198/3298424?version=1>

OPPETIT, Danielle. Bibliothèques et librairies, complices ou concurrentes ? *Bulletin des bibliothèques de France (BBF)*. 1991. N° 1, pp. 12-13.

ÖZDIRLIK, Burcu et PALLEZ, Frédérique. Au nom de l'utilisateur : co-concevoir la relation au public dans une mairie. *Sciences du Design*. 2017. Vol. 5, n° 1, pp. 69-84.

DOI [10.3917/sdd.005.0069](https://doi.org/10.3917/sdd.005.0069).

PAVLIDÈS, Christophe. La formation professionnelle. In : Association des bibliothécaires Français, *Le métier de bibliothécaire*. 12e édition. Paris : Éditions du Cercle de la librairie, 2013. pp. 441-460. ISBN 978-2-7654-1397-4.

PAYET, Adrien. Designers partout, design où ça ? *Medium* [en ligne]. 6 février 2020.

[Consulté le 11 novembre 2020]. Disponible à l'adresse :

<https://medium.com/collectifbam/designers-partout-design-o%C3%B9-%C3%A7a-454d8882228e>

PRIESTNER, Andy et BORG, Matt (éd.). *User experience in libraries: applying ethnography and human-centred design*. Farnham, Surrey, England ; Burlington, VT : Ashgate, 2016.

ISBN 978-1-4724-5100-2.

PUPION, Pierre-Charles. L'innovation dans le secteur public. *Gestion et management public*.

2018. Vol. 6, n° 4, pp. 6-8. DOI [10.3917/gmp.064.0006](https://doi.org/10.3917/gmp.064.0006).

RABOT, Cécile. *Les choix des bibliothécaires ou la fabrication des valeurs littéraires en bibliothèque de lecture publique* [en ligne]. Paris : Paris 3 et École doctorale Littérature française et comparée, 2011. [Consulté le 2 janvier 2021] Disponible à l'adresse :

<https://hal.archives-ouvertes.fr/tel-03009761/document>

RABOT, Cécile. Le rapport des bibliothécaires de lecture publique aux auteurs. *Sociologie*.

2012. Vol. 3, n° 4, pp. 359-376. DOI [10.3917/socio.034.0359](https://doi.org/10.3917/socio.034.0359).

RABOT, Cécile. Les médiathèques pour tous ? *Informations sociales*. 2015. Vol. n° 190, n° 4, pp. 106. DOI [10.3917/inso.190.0106](https://doi.org/10.3917/inso.190.0106).

RABOT, Cécile. Bibliothécaire, un « métier modeste » dans une institution marginalisée.

In : QUIJOUX, Maxime (éd.), *Bourdieu et le travail* [en ligne]. Rennes : Presses universitaires de Rennes, 2019. pp. 211-227. Le sens social. [Consulté le 10 juin 2021]. ISBN 978-2-7535-6327-8. Disponible à l'adresse : <http://books.openedition.org/pur/69743>

ROGERS, Everett M. *Diffusion of innovations*. New York : Free Press of Glencoe, 1962.
ISBN 978-0-02-926670-0.

ROHAN CSERMAK, G. « Ethnologie – Ethnographie ». *Encyclopædia Universalis* [en ligne].
[Consulté le 4 mars 2020]. Disponible à l'adresse :
<https://www.universalis.fr/encyclopedie/ethnologie-ethnographie/>

RØNNING, Frøydis Sollie. Design meets Ethnography. Reflections on design, innovation,
value creation and ethnography. *NTNU* [en ligne]. 2015. [Consulté le 24 janvier 2021].
Disponible à l'adresse : [https://www.ntnu.edu/documents/139799/1270604448/Article
%2C+Design+meets+Ethnography+Fr%C3%B8ydys+Sollie.pdf/db41878c-7178-458b-bd00-
88b3451534d2](https://www.ntnu.edu/documents/139799/1270604448/Article%2C+Design+meets+Ethnography+Fr%C3%B8ydys+Sollie.pdf/db41878c-7178-458b-bd00-88b3451534d2)

SAVARY, Matthieu. Le design, une méthode ? *User Studio* [en ligne]. 27 juin 2018.
[Consulté le 11 novembre 2020]. Disponible à l'adresse : [http://www.userstudio.fr/blog/le-
design-peut-il-etre-reduit-a-une-methode/](http://www.userstudio.fr/blog/le-design-peut-il-etre-reduit-a-une-methode/)

SERVET, Mathilde. *Les bibliothèques troisième lieu* [en ligne]. Mémoire de fin d'étude. Lyon :
Presses de l'enssib, 2009. 83 p. [Consulté le 4 février 2020]. Disponible à l'adresse: [https://
www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/21206-les-bibliotheques-troisieme-
lieu.pdf](https://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/21206-les-bibliotheques-troisieme-lieu.pdf)

TARDE, Gabriel. *Les Lois de l'imitation*. réed. Paris : Kimé, 1993. Vues critiques. ISBN 978-
2-908212-61-7.

TOUITOU, Cécile (éd.). *Évaluer la bibliothèque par les mesures d'impacts*. Villeurbanne :
Presses de l'Enssib, 2016. La boîte à outils, 37. ISBN 979-10-91281-76-8.

VEZINAT, Nadège. *Sociologie des groupes professionnels*. Paris : Armand Colin, 2016. 128 tout le savoir. ISBN 978-2-200-61191-0.

WELLER, Jean-Marc. Les figures de l'utilisateur dans les réformes de modernisation des services publics. *Informations sociales*. 2018. Vol. 198, n° 3, pp. 48-56.
DOI [10.3917/inso.198.0046](https://doi.org/10.3917/inso.198.0046).

WELLER, Jean-Marc et PALLEZ, Frédérique. Les formes d'innovation publique par le design : un essai de cartographie. *Sciences du Design*. 2017. Vol. 5, n° 1, pp. 32-51.
DOI [10.3917/sdd.005.0032](https://doi.org/10.3917/sdd.005.0032).

YOUNG, Scott W.H., CHAO, Zoe et CHANDLER, Adam. User Experience Methods and Maturity in Academic Libraries. *Information Technology and Libraries*. mars 2020. Vol. 39, n° 1, pp. 31. DOI <https://doi.org/10.6017/ital.v39i1.11787>.

Espaces universitaires : osons le co-design et le design thinking! [en ligne]. Ministère de l'Enseignement Supérieur, de la Recherche et de l'Innovation, 2020.
[Consulté le 3 juin 2021] Disponible à l'adresse : https://cache.media.enseignementsup-recherche.gouv.fr/file/Enseignement_superieur/66/6/design_thinking_guide_1237666.pdf

Repères et références statistiques sur les enseignements, la formation et la recherche 2020 [en ligne]. Paris : DEPP, 2020. ISBN 978-2-11-162253-1. Disponible à l'adresse : https://cache.media.enseignementsup-recherche.gouv.fr/file/2020/43/5/reperes_et_references_statistiques_2020_1316435.pdf

Table des matières

Introduction.....	9
1. État de l'art.....	13
1.1 <i>Les démarches centrées usagers.....</i>	<i>13</i>
1.1.1. « Démarches centrées usagers » : un terme regroupant des pratiques et des méthodes plurielles.....	13
1.1.2. Les démarches centrées usagers en bibliothèque dans le monde anglo-saxon.....	20
1.1.3. Critiques et obstacles à leur adoption.....	23
1.2. <i>Circulation et adoption de l'innovation.....</i>	<i>25</i>
1.2.1. L'innovation : des définitions multiples.....	25
1.2.2. Typologie des innovations.....	30
1.2.3. Adoption et circulation d'une innovation.....	34
1.3. <i>Innover en bibliothèque.....</i>	<i>39</i>
1.3.1. Les voies de communication au sein d'un groupe professionnel à l'unité ambiguë.....	40
1.3.2. Adoption d'outils et de modèles qui placent l'utilisateur au centre des bibliothèques.....	46
2. Méthodologie de l'approche empirique.....	51
2.1. <i>Étude de facteurs exogènes à l'adoption à travers une analyse de contenu.....</i>	<i>52</i>
2.1.1. Constitution de corpus.....	52
2.1.2. Choix d'outil d'analyse des textes et pré-traitement.....	56
2.2. <i>Élaboration d'un questionnaire auprès des professionnels de BU et de BM.....</i>	<i>58</i>
2.2.1. Choix des questions.....	58
2.2.2. Test, publication et diffusion du questionnaire.....	63
2.2.3. Traitement et codage des réponses.....	66
2.3. <i>Limites de la méthodologie.....</i>	<i>69</i>
3. Résultats.....	73
3.1. <i>Faire le choix des démarches centrées usagers.....</i>	<i>73</i>
3.1.1. Bibliothécaire : une profession en constante évolution.....	73
3.1.2. Définir les démarches centrées usagers.....	76
3.1.3. Une utilisation diversifiée ?.....	83
3.2. <i>Circulation des démarches.....</i>	<i>86</i>
3.2.1. Le rôle de la presse et des prescripteurs : une incitation à nuancer.....	87
3.2.2. Facteurs humains et facteur environnementaux.....	94
3.2.3. Adopter, intégrer, adapter.....	97
Conclusion.....	101
Bibliographie.....	105

L'adoption des démarches centrées usagers en bibliothèque

Présenté par

Marie Facélina

Le 13 septembre 2021

Mots-clés

Bibliothèque ; *Design thinking* ; *UX design* ; Design de service ; Ethnographie ; Innovation ; Presse ; Sociologie professionnelle ; Pratique professionnelle ; Réseau.

Keywords

Library ; Design thinking ; UX design ; Service design ; Ethnography ; Innovation ; Press ; Sociology of Profession ; Professional practice ; Network.

Résumé

Alors que les bibliothécaires font face à de multiples défis liés à un contexte en constante évolution, de nouveaux modèles et concepts émergent. Les démarches de design centrées usagers, des méthodes à l'intersection entre l'ethnographie et le design, ont été mises en pratique en France à partir des années 2010. Cette étude vise à identifier leurs modes de circulation et les facteurs qui influent sur leur adoption par les professionnels.

Abstract

As librarians face multiple challenges due to an ever-evolving context, multiple new models and innovative practices gain popularity. Since the 2010's, the user-centered practices have emerged in France. They are the product of the intersection between design and ethnography. This research seeks to identify the channels of diffusion of those methods and the different factors that influenced their adoption.