

# La bibliothèque peut-elle survivre à ses consommateurs ?

**E**n 1995, j'ai eu l'occasion de m'exprimer, à l'invitation de collègues de la Bibliothèque publique d'information, sur la « dérive commerciale des bibliothèques ». Je dirigeais alors la bibliothèque de l'Agora d'Évry en Essonne, située à l'intérieur d'un vaste centre commercial. Je me souviens d'avoir été accusé par un de mes collègues d'avoir fait de la bibliothèque un supermarché. Comme beaucoup d'entre nous, j'entends et je lis souvent des remarques désabusées sur les usagers qui se comportent comme des consommateurs, privilégiant leur intérêt privé à l'intérêt collectif, réclamant des best-sellers et délaissant les œuvres de création, exigeant toujours plus de DVD et de musique et ignorant la richesse des collections imprimées, refusant de quitter leur connexion Internet alors que le temps qui leur est imparti est échu.

**Dominique Peignet**

Bibliothèque municipale  
de Bordeaux  
d.peignet@mairie-bordeaux.fr

Bien public, service public, la bibliothèque suppose-t-elle une conduite particulière de ceux qui en font usage ? On peut y accéder, gratuitement ou presque, à des produits qu'il faut, ailleurs, acquérir pour en jouir, et pourtant rares sont les adultes actifs qui font usage de nos services. La plupart préfèrent agir en consommateurs pour se procurer leurs lectures, leurs musiques et leurs films *via* la distribution commerciale. Certains usagers ne semblent pas faire la différence entre le commerce et la bibliothèque, exigeant la satisfaction de leur demande au plus vite. Les bibliothécaires s'inquiètent de la multiplication de ces comportements qui mettrait en danger les fondements de leur action.

La bibliothèque donne à consommer la collection, considérée comme un ensemble de prototypes sélection-

nés, dont la somme constitue un bien public répondant aux critères de valeur intrinsèque, de pluralisme et d'actualité. Elle propose de consommer en premier lieu la collection et non tel ou tel prototype. Elle fonctionne à la déception et à la curiosité. J'ai peu de chances d'y accéder à un titre très demandé sauf en utilisant la réservation, ce qui suppose que je sois un utilisateur assidu et qu'un service de réservation performant existe. Par contre, j'ai toutes les chances de satisfaire ma curiosité en découvrant des centaines d'œuvres et d'auteurs de valeur, ou des livres sur mon sujet ou mon genre littéraire de prédilection. D'où l'intérêt des classements regroupant des textes ayant pour le lecteur un certain degré d'équivalence : romans de genre, bandes dessinées, livre d'art, de photographie, d'informatique, etc.

## LA BIBLIOTHÈQUE PEUT-ELLE SURVIVRE À SES CONSOMMATEURS ?

Titulaire d'un doctorat de 3<sup>e</sup> cycle en sciences de l'information et de la communication, **Dominique Peignet**, après avoir dirigé les bibliothèques municipales de l'agglomération d'Évry, est chargé des bibliothèques de quartier et de la politique documentaire de la Bibliothèque municipale de Bordeaux. Il a collaboré à la dernière édition du *Métier de bibliothécaire* (Éd. du Cercle de la librairie, 2003) qu'il a codirigé.

Le commerce satisfait immédiatement la demande à travers l'échange marchand. Il participe et contribue à la socialisation, au prestige et à l'audience des œuvres et des produits les plus nouveaux et les plus sollicités.

Si la bibliothèque est de plus en plus présente dans le paysage social, elle n'est pas la seule. Les biens et services qu'elle propose se trouvent aussi disponibles au supermarché, dans les grandes surfaces de produits culturels, dans les maisons de la presse, les clubs du livre et la vente par correspondance, et, maintenant, directement en ligne. La bibliothèque est certes souvent plébiscitée, mais aussi jugée et jaugée par des consommateurs.

### Lecteurs, usagers, consommateurs ?

« Les "nouveaux usagers" font, dit-on, un usage "consommériste" de la médiathèque. Or, d'une part, ils sont comme on les a faits, comme sont les étudiants de l'université, leurs parents quand ils font leurs courses, les téléspectateurs devant leur poste ; d'autre part, la médiathèque, ce faisant, n'est pas utilisée selon une conception si différente de celle qui a présidé à sa réalisation. Il est un peu contradictoire d'exciter l'appétit, surtout de ceux qui ont faim, et de leur faire grief de dévorer<sup>1</sup>. »

La pression exercée par les usagers sur les bibliothèques relève de plusieurs dimensions. En premier

lieu, la *pression du nombre*, avec les phénomènes d'affluence et de files d'attente aux heures de pointe, est courante dans l'économie des services. Face à elle, il n'est guère d'autres solutions que l'extension du service et l'adaptation de l'organisation aux flux. Cette pression du nombre est souvent un leitmotiv dans les équipes après l'ouverture réussie d'une bibliothèque, des équipes partagées entre, d'un côté, la fierté de l'intérêt suscité et, de l'autre, la fatigue et la lassitude face à ce flux incessant.

La pression s'exprime aussi dans les entorses au règlement ou au contrat qui lie l'utilisateur à la bibliothèque pour la fourniture du service et, enfin, par les usages et les comportements jugés inappropriés, incivils ou délictueux.

En voici une liste qui est loin d'être exhaustive et que chacun appréciera et complétera selon son expérience. La transgression des règles relatives à l'emprunt des documents : demande de prolongation abusive, retards dans le retour ou refus de rendre, demande de dépassement du droit de prêt en nombre, pression pour emprunter des documents exclus du prêt et, dans le même ordre d'idée, l'appropriation systématique de documents réservés exclusivement à la consultation sur place. Ceci est assez fréquent pour les journaux et revues. L'utilisateur arrive à l'ouverture et monopolise les titres qu'il veut consulter pendant plusieurs heures. Le même phénomène sera observé pour les places de travail.

La pression se fait aussi pour les achats ; chacun a connu ces usagers qui viennent régulièrement avec des listes et sollicitent la bibliothèque pour l'achat des titres qu'ils ont sélectionnés, ou ces personnes plus ou moins influentes localement qui demandent tel ou tel best-seller, ou encore les demandes d'ouvrages érotiques, polémiques, politiques ou hyperspécialisés. Enfin la pression va jusqu'à la privatisation du document : annotations, découpages, vols, déclassement volontaire du document qui reste ainsi disponible pour le lecteur.

Vécue différemment selon les établissements et les situations, la pression des usagers s'exerce aussi sur les services. Faut-il résoudre la question ou bien seulement donner accès aux documents permettant de la résoudre ? Jusqu'où peut-on répondre à une demande faite par téléphone ? Combien de temps consacrer à une demande individuelle ? Quelle est la frontière entre accueil des enfants et garderie ? Doit-on et peut-on se substituer aux parents présents et intervenir sur le comportement de leurs enfants ?

Enfin les usages et les comportements jugés inappropriés, incivils ou délictueux posent la question de l'espace public, des règles de comportement et du rôle des bibliothécaires. Tenue vestimentaire, usage du téléphone portable, problème d'hygiène et de cohabitation dans un espace restreint, comportement bruyant, appropriation de l'espace par un ou des groupes, prosélytisme à l'intérieur de l'établissement, conflits d'usages entre usagers ou entre usagers et bibliothécaires, la diversité croissante des comportements individuels et la privatisation de l'espace public rendent l'application des règlements intérieurs difficile. Cette gestion des relations occupe une place croissante. Doit-elle être déléguée à du personnel spécialisé ? Les bibliothécaires doivent-ils accepter de s'identifier par des badges ou une tenue spécifique ? Doivent-ils suivre des formations spécifiques ?

La bibliothèque comme tous les espaces publics est aussi confrontée aux comportements délictueux : vol de document, trafics en tous genres, vol d'effets personnels, usage de drogues, pédophilie.

Cette pression peut être classée et hiérarchisée en plusieurs degrés.

Le premier relève du service de base de fourniture d'information et de documentation et de ses modalités : gestion des retards, prolongations, appropriation des journaux, demande d'achat personnelle, fourniture de bibliographie et d'informations, rensei-

1. Jean-Luc Gautier-Gentès, « La fréquentation des bibliothèques municipales », *BBF*, 2003, n° 2, p. 76.

gnement par téléphone. Il s'agit là d'attentes liées au service lui-même.

Le deuxième relève d'un usage conflictuel, qui concerne tous les espaces publics : l'appropriation individuelle ou par groupe de l'espace public à des fins privées. On remarquera que les espaces publics de gestion privée, bars, cinémas, magasins, ont réglé cette question par la technologie de surveillance et l'embauche systématique de personnel de sécurité.

Au troisième degré, les comportements délictueux relèvent du droit commun, le vol de documents devant toutefois faire l'objet d'une réflexion spécifique.

Seuls le premier et le deuxième degrés appellent une réflexion de notre part en ce sens qu'ils résultent de la double nature de la bibliothèque.

### La double nature de la bibliothèque

La bibliothèque étant un service public non marchand, doit-elle échapper aux logiques et aux comportements de consommation ? On sait que les bibliothécaires français répugnent à employer le mot « client », trop associé à un échange économique et monétaire. J'ai entendu le secrétaire général de ma ville employer ce terme au cours d'une réunion rassemblant des élus et des bibliothécaires. Par ailleurs, il suffit de fréquenter les réunions de quartier pour s'apercevoir que les électeurs sont aussi des clients. Les bibliothécaires parlent couramment de leurs « lecteurs », terme critiqué parce que trop connoté culturellement. Nous parlons aujourd'hui plus souvent d'« usager » ou de « public », employés au singulier ou au pluriel, terminologie plus appropriée à la diversité des usages et des pratiques.

La qualification de « consommateur » a le plus souvent une valeur péjorative, désignant des comportements qui seraient inconciliables avec le projet collectif et l'esprit de la

bibliothèque publique tel qu'il s'incarne dans les missions. Ainsi l'avis des bibliothécaires de Chambéry : « *Les bibliothécaires déplorent ce comportement de consommateurs des personnes venant à la bibliothèque comme au supermarché*<sup>2</sup>. »

On peut voir dans cette difficulté à qualifier les usages et les pratiques et dans les jugements de valeur implicites qui les sous-tendent, l'effet de l'incertitude sur la double nature de la bibliothèque : institution publique et espace de consommation de biens culturels marchands.

### La bibliothèque, institution publique

Établie par la puissance publique – le pouvoir politique local – comme un établissement permanent et durable, la bibliothèque incarne des principes et une volonté politique : éduquer, former, lutter contre les inégalités sociales et culturelles. Elle est confiée à des fonctionnaires dont le statut garantit la permanence dans l'emploi et aussi l'attachement à l'institution. La puissance de l'architecture récente, la localisation des bibliothèques au sein de projets urbains ambitieux en ont aussi fait un des symboles de la modernité et des ambitions des collectivités locales.

Institution publique, nouvelle, mais s'inscrivant dans un tissu et une histoire longue des institutions publiques françaises, la bibliothèque en a aussi encore trop souvent les principales caractéristiques : formalisme administratif avec des règlements et une tarification souvent complexes ; horaires d'ouverture le plus souvent insuffisants et plus en relation avec les horaires de travail des fonctionnaires qu'avec ceux des « clients » ; culture managériale encore peu imprégnée de l'esprit de service, avec la récurrente opposition entre temps de travail de « service public » et « travail interne » et les subtiles négocia-

tions dans les grands équipements entre les directions et les agents sur le partage entre ces deux moments d'activité.

L'institution se manifeste aussi dans l'architecture extérieure et intérieure à la fois souvent somptuaire et impersonnelle, luxueuse et distante ; elle ne se donne vraiment dans toutes ses potentialités qu'à celui ou celle qui se soumet au rituel de l'inscription : avoir un domicile stable, des papiers, être solvable, et qui accepte de décoder les classifications et les catalogues et de comprendre la logique des services offerts.

### La bibliothèque, espace de consommation de biens culturels

Les projets architecturaux ont aussi pris en compte l'accessibilité et se sont développés parallèlement à l'extension et à la diversification de la grande distribution et à l'apparition des grandes surfaces spécialisées dans les produits culturels : Fnac, Virgin, Cultura, chaînes de grandes librairies et autres « espaces culturels » d'un leader de la grande distribution. Ces lieux peuvent être, dans l'esprit de certains, qualifiés de « bibliothèques médiathèques » privées, même si, à l'inverse des bibliothèques, l'imprimé n'y occupe plus une place privilégiée.

Il est probable que la fréquentation large de ces lieux a facilité l'usage des nouvelles bibliothèques, qui leur ressemblent par l'espace, l'anonymat, la profusion de l'offre, par des catégories sociales qui en étaient éloignées.

L'accès libre et sans contrôle, la possibilité de s'asseoir autour d'une table, d'accéder à un distributeur de boisson et de café, facilitent les rencontres, les rendez-vous, le partage ; les jeunes scolarisés utilisent la bibliothèque comme extension de leur espace scolaire ou privé. L'offre de dizaines et parfois de centaines de titres de revues, le confort du lieu incitent de nombreuses personnes à venir régulièrement butiner la presse comme ils le font aussi dans les magasins spécialisés.

2. *Les bibliothèques et leurs publics, enquête dans le Rhône, à Arles et à Chambéry*, Enssib, sd, p. 51.

Enfin, comme le parc d'attraction, le supermarché culturel, elle est aussi vécue par certains publics comme un lieu de flânerie, de promenade, familiale ou non. Je note l'installation à Bordeaux, dans les magasins Virgin et Fnac, d'espaces de lecture pourvus de sièges et de tables où l'on voit couramment des lecteurs de tout âge satisfaisant leur passion. Dans le domaine musical, l'écoute à la volée après lecture d'un code-barre, du stock ou d'une partie du stock, rapproche aussi, du point de vue des pratiques, nos établissements du secteur commercial. Il arrive que des usagers moins familiarisés confondent bibliothèque et librairie ou vidéo-club, demandant comment faire pour acheter ou louer tel ou tel document.

On peut donc parler de double nature et y voir à la fois l'effet d'une contradiction interne au projet : s'adresser à tous en préjugant chez

chacun d'un modèle de comportement uniforme, mais aussi d'un environnement économique et commercial nouveau qui tend à banaliser les biens et services culturels et de loisirs.

Cette double nature converge avec la remarque de François Dubet sur la crise des services publics : « *L'arrivée des clients est unanimement réprouvée. Les usagers seraient agressifs et revendicatifs, ils affirmeraient leurs droits et oublieraient leurs devoirs, ils traiteraient les professionnels comme des vendeurs et changeraient de boutiques quand ils sont mécontents. Les professionnels des institutions se plaignent : ils deviennent des commerçants et perdent totalement la légitimité morale et "sacrée" qui étayait leur rôle. [...] Ils en sont réduits à offrir des services et ne peuvent plus s'identifier à un ordre sacré. Ils ne sont plus les*

*prêtres de la grande culture, de la science et de la solidarité*<sup>3</sup>. »

Que penser de cette asymétrie entre des usagers formatés par le rapport aux services marchands et les représentants d'une institution, qui espèrent un comportement cohérent avec le projet politique et le respect dû à l'institution. Remarquons que Dubet utilise l'indicatif présent pour les représentants de l'institution et constate la réalité d'un sentiment et qu'il utilise le conditionnel pour qualifier le comportement des « usagers », laissant entendre qu'il s'agit de la perception des agents publics et non nécessairement d'un fait objectif. L'institution peut sans doute s'adapter.

Avant d'aller plus loin, faisons une petite excursion au pays réel des usagers des bibliothèques.

3. François Dubet, *Le déclin de l'institution*, Seuil, 2002 (coll. « L'épreuve des faits »).

## Excursion au pays des « clients » des bibliothèques

Le lecteur complétera avec profit ces quelques remarques en lisant le compte rendu de Bertrand Calenge sur les enquêtes sur le public de la bibliothèque municipale de Lyon, qui met en évidence à la fois l'attractivité de la bibliothèque sur la population et l'inadéquation des services et des représentations proposés par l'institution des publics et de leurs attentes<sup>4</sup>.

On peut schématiser les « clients » de bibliothèque de la manière suivante :

### *Le noyau dur*

Plus on est jeune et de sexe féminin, plus on consomme de la bibliothèque. Pour les enfants et les jeunes, la bibliothèque est en phase avec la découverte de la lecture et les besoins de la scolarité. Pour les femmes, il semble y avoir une appétence forte pour la lecture et, en particulier, pour la lecture de fiction, exerçant une fonction de loisirs et de découverte de soi. Enfin, l'usage est clairement indexé sur le niveau d'éducation et le niveau de vie.

Le petit cinquième des Français inscrits et usagers réguliers des bibliothèques publiques est ainsi composé de l'enfance, de la jeunesse scolarisée et étudiante, d'une majorité de femmes et de représentants des classes moyennes et supérieures.

Au sein de ce groupe, une forte minorité (30 à 40 %) consomme de manière régulière et assidue. Fidèles et gros emprunteurs, ces personnes maximisent leur inscription et leur fréquentation, et composent le noyau dur.

### *Le premier cercle*

Une forte majorité d'inscrits fait un usage plus épisodique et utilise peu le service d'emprunt. Parmi eux se recrutent probablement ceux qui abandonnent la bibliothèque dans

4. Bertrand Calenge, « La fréquentation des bibliothèques municipales, Débat / Publics nomades, bibliothèque familiale : enquêtes sur le public de la bibliothèque municipale de Lyon », *BBF*, 2003, n° 6, p. 67-72.

les mois qui suivent l'inscription. L'examen des statistiques d'inscription et de réinscription des bibliothèques est révélateur de ce phénomène d'abandon sur lequel nous reviendrons.

### *Le deuxième cercle*

Enfin, il existe un groupe non négligeable (estimé à 10 ou 20 % du total des inscrits) qui fréquente régulièrement la bibliothèque sans utiliser le service de prêt de document. Il consomme sur place et non « à emporter » pour paraphraser la proposition des nombreux services de restauration rapide. Ce groupe profite des espaces, de l'anonymat et de l'élargissement de l'offre. Les études réalisées montrent que sa composition sociale et ses attentes diffèrent de celle du noyau dur et du premier cercle et qu'une partie de ses membres provient du premier cercle.

### *Le cercle du « marché potentiel »*

Pourtant, le groupe le plus nombreux est composé de ceux qui n'utilisent pas, ou utilisent très épisodiquement, le service, soit 70 à 80 % des adultes de plus de 20 ans ; aucune enquête n'existe sur les raisons de la non-fréquentation de cette population. Par contre, il faut bien constater sa neutralité et sa bienveillance envers les nouvelles bibliothèques, au nom d'un accord sur ce qui contribue à la diffusion de la culture, à la formation et surtout à la vie et à l'éducation de l'enfance et de la jeunesse.

Cette faible fréquentation est une caractéristique des bibliothèques françaises, avec, en plus, une tendance récente à la stagnation, voire au reflux des inscriptions.

À cette vision par cercle concentrique, il faut ajouter celle du comportement de nos « clients », qui distingue ceux qui sont attachés au service, c'est-à-dire le « bon client » et/ou « le client rationnel ou consommateur averti » ; le « client épisodique » faiblement investi et « l'ex-client », celui qui fait défection.

Le premier est généralement inscrit de longue date, il renouvelle son

inscription, utilise raisonnablement les services, s'excusant de ses retards et est intéressé par la collection et ses richesses. Le second maximise sa venue dans l'établissement en multipliant les prêts sur les cartes de la famille, en demandant des dérogations sous des prétextes divers. Ces deux premiers types, qui ont nécessairement une forte visibilité, font l'objet d'un discours construit des professionnels qui en parlent comme des « lecteurs » ou de « nos lecteurs ».

Le « client épisodique » n'a pas eu le temps de se familiariser avec l'institution, il peut être inscrit ou non. Il n'utilise le service que poussé par un besoin précis ou bien par désir de tester un service qu'il pourrait décider d'utiliser.

Quant à l'« ex-client », il serait souhaitable d'en mesurer, dans plusieurs villes, la proportion dans la population (personnes ayant été inscrites entre l'année n - 1 et n - 10).

S'agit-il des usagers réguliers ou des épisodiques qui font le plus souvent défection et quelles sont les raisons de cette attitude ? Pour Anne-Marie Bertrand, il y a « ... trois raisons d'abandon de la bibliothèque : les modalités de fonctionnement des bibliothèques, le choix des livres et la difficulté à choisir : la durée du prêt, les règles à respecter et surtout les horaires d'ouverture sont des raisons souvent citées. Le choix des livres : il existe un hiatus entre le genre de livres préférés et la collection... Enfin l'hyper-choix qui est proposé peut être un handicap, surtout pour les faibles lecteurs qui manquent de repères<sup>5</sup> ».

L'abandon tient ici à l'inadéquation du service tel qu'il est proposé à certains types d'usagers, ceux qualifiés ici de « faibles lecteurs ».

Plus explicitement, François de Singly met l'accent sur la responsabilité des professionnels : « Les professionnels de la culture sont peu

5. Anne-Marie Bertrand, *Les bibliothèques municipales : enjeux culturels, sociaux et politiques*, Éd du Cercle de la librairie, 2002, p. 116.

## LA BIBLIOTHÈQUE PEUT-ELLE SURVIVRE À SES CONSOMMATEURS ?

attentifs à la sortie, à l'exit. Pour plusieurs raisons. La statistique globale tend à masquer le phénomène. La mesure de cette fuite comporte des risques si elle est rendue publique. Et surtout la conviction secrète de la part des professionnels que le public qui ne revient pas n'est pas le plus intéressant, ne s'agit-il pas en définitive de ce "mauvais" public ? Le régime auquel est soumise la bibliothèque (ou toute autre instance) élimine en douceur les individus qui se sont peut-être trompés d'adresse<sup>6</sup>. »

Il faudrait étudier les bases de données des inscrits de bibliothèques sur plusieurs années, en faisant abstraction du public enfant et de son renouvellement naturel, pour mesurer l'importance de la défection, dans quelle mesure elle porte sur des usagers récents et voir aussi combien d'ex-clients se retrouvent parmi ces nouveaux inscrits. Comme le souligne Albert O. Hirschman : « *Le taux de rotation du stock des clients, des usagers, contrairement à celui des marchandises, trahit un mécontentement silencieux, moins visible que celui qui peut prendre d'autres formes, avec les plaintes, les récriminations*<sup>7</sup>... »

6. François de Singly, préface à Claude Poissenot, *Les adolescents et les bibliothèques*, BPI, 1997, p. 14 (coll. « Études et recherche »).

7. Albert O. Hirschman, « Défection et prise de parole, théorie et applications », trad. de l'anglais, *L'espace du politique*, Fayard, 1995, p. 14.

Albert O. Hirschman a étudié la réaction des clients des grandes entreprises de biens et de services étendant sa réflexion aux administrations et aux partis politiques, analysé les raisons des phénomènes de loyalisme et de défection. On peut lire la réflexion suivante sur les « monopoles indolents » en pensant aux bibliothèques : « *Dans le domaine économique, de tels monopoles "indolents", qui se félicitent de voir les effets de la concurrence leur épargner tout effort critique, apparaissent le plus souvent là où la puissance monopolistique s'exerce au niveau local et où la mobilité varie fortement d'un groupe d'acheteurs à un autre. Si, comme c'est à prévoir, les acheteurs les plus mobiles sont ceux qui sont les plus exigeants sur la qualité, le détenteur d'un monopole local pourra se maintenir dans sa confortable médiocrité sans se soucier des défections qu'entraîne la mauvaise qualité de ses produits et de ses services.* » p. 98.

### De la représentation du « client » chez le « bibliothécaire »

Si le service n'existe que dans la transaction matérialisée par la rencontre de deux personnes, le vendeur et le client, il convient de comprendre comment le bibliothécaire-vendeur se représente son lecteur-client.

Les bibliothécaires qui œuvrent dans ces nouvelles bibliothèques éprouvent des sentiments mêlés de fierté face à l'outil et d'incompréhension et de difficulté face à des demandes et à des comportements qui ne correspondent pas aux objectifs qu'ils se sont fixés. La puissance de l'outil fonde leur identité professionnelle et contribue en même temps à la mettre en question, les confrontant à des exigences et à des questionnements nouveaux relatifs à la performance, à la gestion, au management, auxquels ils ne sont pas toujours préparés, les obligeant à négocier durement leurs moyens auprès de leur tutelle.

En accord ou avec la neutralité bienveillante de leurs élus et bailleurs de fonds, ils fondent leur activité sur des représentations plus ou moins claires et conscientes que l'on peut décrire sommairement ainsi :

1. La cible est la population de la commune et, plus spécifiquement, les électeurs qui ont porté la municipalité au pouvoir. Il s'agit de satisfaire les habitants en étant bon gestionnaire et en optimisant la satisfaction.
2. La cible est le citoyen qu'il faut soustraire à la pression du marché, informer, aider à se forger une opinion, dont il faut encourager les efforts pour développer une sensibilité, une culture personnelle et, plus particulièrement, l'enfance et la jeunesse, dont la bibliothèque, à côté de l'école, doit contribuer à l'éducation.
3. La cible est une population identifiée et prioritaire, les demandeurs d'emploi, les enfants des familles en difficulté sociale, les jeunes des quartiers difficiles, les personnes en difficulté avec la lecture et l'écriture.

Dans ce cas, la bibliothèque répond, avec d'autres institutions de service public, à une politique explicite.

Malgré la diversité et l'hétérogénéité sociale des villes, on doit constater, par-delà les différences de couleur politique et de situation sociale, que les bibliothèques se ressemblent, dans leurs collections et dans leur offre de service. Plus qu'un service aux habitants qui reposerait sur une étude de marché, plus que des services à des populations spécifiques qui existent mais sont toujours suspectés de discrimination positive et contestés, la bibliothèque répond à un idéal type républicain : la construction du citoyen par l'école, le savoir et la culture.

Évoquant les bibliothèques service public de la culture, François de Singly décrit « *une conception du service public selon laquelle c'est au professionnel d'arbitrer entre les produits culturels proposés et la demande du public, en référence à des objectifs qui ne sont pas fixés par ce dernier, mais par la définition même du métier*<sup>8</sup> ».

Il est tout à fait caractéristique à ce sujet que la réflexion professionnelle se soit très vite, au moins en terme théorique ou d'affichage, emparée du questionnement sur les collections et beaucoup moins de la question des publics et des usagers malgré la disponibilité ancienne de travaux et de réflexions sur ces sujets. Une approche plus basée sur la production que sur le marché qui devient de plus en plus problématique à l'heure où la concurrence menace sérieusement nos établissements. On comprend dès lors le refus de parler du client et l'usage péjoratif du terme « consommateur » qui établissent clairement la primauté des publics et des usages. De son côté, Bertrand Calenge relève que « *l'usage de la bibliothèque s'inscrit dans un paysage de services qui n'est que partiellement marqué par*

8. François de Singly, préface à Claude Poissenot, *Les adolescents et les bibliothèques*, op. cit., p. 12 (coll. « Études et recherche »).

la fidélité et par la soumission aux usages jugés légitimes par les bibliothécaires<sup>9</sup> ». Il parle du « zapping » et de la « nomadisation » pour caractériser des usages épisodiques d'individus qui, sans doute, assimilent plus nos établissements à un service parmi d'autres qu'au service public avec ce qu'il suppose d'adhésion à un projet.

### De la représentation de la bibliothèque pour le « client »

Il est peut-être utile de se demander si les pratiques et regards des consommateurs de bibliothèque, au lieu d'être stigmatisés et rejetés comme anticiviques - preuve d'un égoïsme individualiste incompatible avec le caractère social et collectif du projet porté par l'institution - ne doivent pas être considérés comme des voies à explorer pour réinterroger la bibliothèque, comme projet, comme réalité et comme service dans le monde contemporain.

Le « client » de la bibliothèque paie des impôts et, en échange, attend des services ; il se déplace pour y venir et cela lui coûte de l'argent et du temps ; il a des besoins, exprimés ou non. Il demande un espace, des chaises, une attention, des services précis : emprunt, information, documentation, aide, conseil ; il fournit des informations sur lui ; il respecte les règles et prend sa place dans la file d'attente pour les transactions, l'inscription.

Si on accepte de définir nos établissements comme la somme de deux biens : un espace de rencontre, de loisirs, de lecture, d'information et d'étude et une unité de location temporaire de documents, il faut en premier lieu en avoir besoin. De très nombreuses personnes n'ont pas besoin de la bibliothèque, même si elles en ont eu besoin ou en auront besoin, ou bien n'imaginent pas la bibliothèque comme pouvant répon-

dre à leurs besoins ou désirs. Pour faciliter le raisonnement, établissons une liste des services que nous proposons :

- lecture de détente et d'information sur place ;
- tables et outils de travail pour la lecture et l'étude ;
- accès à Internet et à des bases de données ;
- fourniture personnalisée d'information, de bibliographie, de documents rares ;
- prêt de livres, de disques et de DVD ; prêt de documents en nombre pour des collectivités, dépôts permanents à l'extérieur ;
- services spécialisés pour des publics spécifiques (handicapés, prisonniers, malades) ;
- animations, expositions, rencontres ;
- services liés à l'usage du lieu par les « clients », rencontres, convivialité dans un espace cafétéria ;
- collections extrêmement riches et diversifiées de documents dont beaucoup ne sont plus disponibles commercialement.

Il est facile de constater que sur la plupart de ces services la concurrence se développe et touche même des « niches » où, jusqu'à présent, elle ne s'exerçait pas. La richesse et l'accessibilité des collections, la capacité à fournir des informations - bibliographie, renseignements pratiques, données factuelles, accès aux références - sont sérieusement battues en brèche par le nouveau contexte technologique et économique.

Donnons quelques exemples. La plupart des grandes œuvres sont aujourd'hui accessibles sur le marché à des prix défiant toute concurrence - le livre à 2 euros - et qui supportent la comparaison avec le coût d'inscription annuel dans une bibliothèque. Pour la musique, le téléchargement *via* le MP3, l'acquisition en ligne titre par titre pour moins d'un euro, la possibilité de constituer des discothèques de centaines de titres sur un lecteur MP3 ou de milliers de titres sur le disque dur de son ordinateur modifient inévitablement le rap-

port des jeunes générations à la notion et à la réalité de la collection telle que nous la concevons.

Quant à Google, chacun s'accordera à reconnaître que cet algorithme vaut bien la connexion souvent délicate de nos cerveaux pourtant entraînés avec nos catalogues et le contenu de nos collections. Google ne remplace pas un professionnel bien formé capable d'un dialogue sérieux avec un usager, mais il modifie inéluctablement le rapport du « client » avec la recherche d'information et rend caducs beaucoup de services que rendait la bibliothèque, notamment au niveau de l'information factuelle, voire à celui de l'information bibliographique. Et que dire de la richesse et de la diversité de nos collections considérées comme un avantage quand elles étaient comme des îles au milieu d'un océan vide. Ne deviennent-elles pas aujourd'hui un poids, un frein par leurs tailles et leurs coûts de gestion, à l'heure du web qui propose une « bibliothèque », certes en désordre mais bien plus riche et surtout tissée autour des questions du client et en lien avec des collections ordonnées d'informations et de documents, bases de données et bibliothèques. On peut s'irriter de la naïveté ou du « culot » à la lecture des questions posées sur « biblio-fr », être à la fois fasciné et inquiet devant ces projets mondiaux d'encyclopédies coopératives. On peut penser que la *modération* sur les listes de diffusion ou les forums est la version dégradée de l'*édition*. Mais le phénomène est là et il modifie l'univers que nous croyons stable de la production des textes et des œuvres.

Ne faut-il pas voir dans l'émergence des catalogues des librairies en ligne avec leurs centaines de milliers de références accessibles à tout un chacun une forme de concurrence de nos catalogues dont nous sommes si fiers ?

Cette question de la concurrence doit faire l'objet d'une réflexion plus attentive de notre part. Nos « clients » les plus assidus, les enfants, les jeunes

9. Bertrand Calenge, « La fréquentation des bibliothèques municipales », art. cité.

## LA BIBLIOTHÈQUE PEUT-ELLE SURVIVRE À SES CONSOMMATEURS ?

scolarisés, les classes moyennes et supérieures sont aussi les plus aptes à utiliser les facilités de la concurrence. Faut-il dans ce cas s'intéresser plus à des catégories de population qui maîtrisent moins les prérequis culturels, sociaux et financiers, nécessaires à l'appropriation de ces techniques ? Faut-il mettre l'accent sur des services considérés comme périphériques à la collection et à son usage : accès à des chaises et tables, renseignement personnalisé, formation à l'utilisation des ressources, initiation à l'utilisation des technologies d'information, formation à l'usage critique des informations et du savoir, activité de loisirs et sociabilité autour de l'écrit et de la culture en direction de publics spécifiques, aujourd'hui la petite enfance, demain les retraités ?

### De la bibliothèque comme « bien public »

Issue d'un projet politique et civique, la bibliothèque n'est pas un bien comme les autres, mais un bien public dont il est fait un usage collectif. La bibliothèque est une infrastructure financée par l'impôt, dont la fonction est de donner accès gratuitement à des biens dont on juge la consommation socialement utile. On pourrait imaginer que, tous les membres de la communauté concernée ayant conscience de l'intérêt d'une telle institution, ils l'utiliseraient de manière équitable, contribuant avec la même équité à son financement. Mais cet idéal étant difficile à atteindre, il est fait recours à l'impôt. La collectivité prend en charge le coût unitaire du service réel, sans le répercuter sur l'utilisateur concret, garantissant ainsi potentiellement une égalité des conditions d'accès pour tous.

Le coût unitaire s'étant significativement élevé pour nos nouveaux établissements, il est naturel de s'interro-

ger sur l'utilisation, la fréquentation et de définir les conditions de « rentabilité » de cet investissement social.

Il est sans doute nécessaire de ré-interroger l'utilité collective de la bibliothèque publique à l'aune de deux tendances lourdes. Le passage aujourd'hui achevé d'une économie de la rareté des biens culturels à une économie de l'abondance avec la soumission du bien unitaire au programme ou, pour faire court, de l'œuvre à son environnement promotionnel. La place croissante du savoir, de l'information et des biens culturels et symboliques en général dans le devenir des sociétés contemporaines qui requièrent de l'individu la triple maîtrise du savoir, du savoir-être et du savoir-s'adapter. « *Plus que sur la terre ou sur l'argent, nos sociétés produisent des richesses à partir des connaissances accumulées par des individus. Alors que la terre ou les richesses se transmettent de génération à génération du fait de leur nature matérielle ou objectivable, le savoir exige une appropriation individuelle. Cela a pour conséquence de demander à chaque génération de procéder à ce travail. Cela a aussi pour effet de rendre possible une large indépendance des jeunes générations par rapport aux précédentes. Ne pouvant plus être débilités, les enfants ont les moyens de leur autonomie et doivent se définir eux-mêmes pour obtenir une place dans notre monde. Nous sommes des individus car nous vivons dans une société qui nous impose de l'être*<sup>10</sup>. »

Comme l'école, la bibliothèque a évidemment une fonction symbo-

lique d'incarnation de cette idée, de cette utopie d'un espace où chacun peut acquérir les outils nécessaires à son devenir personnel et professionnel. Elle a une fonction d'appartenance comme le stade, l'église, la mairie et les manifestations publiques où la communauté se rassemble par-delà ses différences et la divergence des intérêts individuels.

Malgré tout, dans la réalité, ces institutions sont en crise sous le double rapport de la critique de leur utilité réelle et du rapport entre utilité et coût. Les bibliothèques comme l'école contribuent-elles suffisamment à réduire les inégalités face au savoir, et à quel prix ? À l'heure où les inégalités sociales et culturelles recommencent à s'accroître et où les classes sociales privilégiées peuvent être tentées de rompre le pacte social, il semble urgent de revoir le positionnement de nos établissements dans ce nouvel environnement. Face à la puissance et à la créativité du marché, l'institution bibliothèque ne peut pas se contenter de déplorer le consumérisme, elle doit en explorer les significations pour élargir sa base sociale et surtout proposer des services compréhensibles par le plus grand nombre et adaptés.

« *Bref, la bibliothèque ne peut plus compter avoir comme objectif exclusif d'étendre le socle de ses fidèles, mais plutôt d'être disponible pour répondre à la pratique très contemporaine du "zapping" culturel, consumériste... et documentaire, et surtout d'offrir une variété de services susceptible de rencontrer l'intérêt non d'un public précis, mais d'une multiplicité de publics à des moments très divers de leur vie et de leurs besoins ou envies*<sup>11</sup>. »

Octobre 2004

10. Claude Poissenot, « Bibliothèque et société en France : les bibliothèques publiques face aux mutations sociales. Communication », 34<sup>e</sup> congrès de la Corporation des bibliothécaires professionnels du Québec, 16 octobre 2003. [http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic\\_00000743.html](http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00000743.html)

11. Bertrand Calenge, art. cité.