

Anne-Marie Bertrand

Bibliothèque publique d'information

LA MÉDIATHÈQUE QUESTIONNÉE

Le titre du dernier film d'Eric Rohmer (*L'arbre, le maire et la médiathèque*, 1993) marque l'entrée du mot « médiathèque » dans l'imaginaire social.

Ce terme ainsi consacré recouvre cependant une signification imprécise. Bien plus : au-delà du mot, l'idée-même de médiathèque et sa traduction semblent floues, confuses, incertaines. C'est donc, ici, à la fois le mot, le concept, sa mise en œuvre et ses effets qui vont être questionnés.

Querelle de mots

Au congrès international de la lecture publique, à Alger, en 1931, Henri Lemaître déclare : « *Le mot même de bibliothèque, par son aspect savant, est devenu si rébarbatif pour beaucoup qu'on a cherché une autre locution pour désigner l'endroit où chacun trouverait les livres qui lui conviennent : c'est ainsi qu'on a créé la locution lecture publique* ». Mais la lecture publique n'a jamais désigné le lieu où se trouvent les livres et cette proposition ne connaît pas plus de succès que celle d'Eugène Morel d'échanger « *bibliothèque publique* » pour « *librairie publique* ». Le mot « poly-

thèque » lui non plus ne sera pas adopté et c'est l'appellation « *médiathèque* » qui va peu à peu s'imposer au cours des années 70 – mais l'illustre exception de la « bibliothèque des Halles » rebaptisée Bibliothèque publique d'information et non pas Médiathèque publique d'information est cependant le signe que cette adoption n'allait pas de soi.

En 1977, Michel Bouvy et ses amis changent le nom de leur Association pour le développement des bibliothèques publiques en Association pour la médiathèque publique. Leur revue, *Lecture et bibliothèques*, se transforme la même année en *Médiathèques publiques*.

En 1977, toujours, les élus municipaux de Metz, après avoir consulté la Direction du livre qui dit n'avoir pas de doctrine sur ce point, décident d'appeler « médiathèque » les futurs locaux de leur bibliothèque municipale, arguant que ce néologisme a l'avantage de supprimer « *l'aura poussièreuse, l'image de marque désuète et peu flatteuse qui s'attache au mot " bibliothèque " dans bien des milieux* ».

Beaucoup des nouveaux équipements qui ouvrent dans les années 70, 80 et 90 s'appellent médiathèque (citons,

sans aucune exhaustivité, Arles, Beauvais, Chambéry, Corbeil, Le Mans, Libourne, Nancy, Nantes, Nîmes, Saint-Nazaire, Saint-Quentin-en-Yvelines, Sète, Tourcoing, Valence...) tout comme les projets d'Orléans ou Poitiers.

Pourtant la faveur du mot n'est pas universelle. D'autres propositions trop longues (Maison du livre, de l'image et du son à Villeurbanne) ou trop exclusives (la Méjanes à Aix) n'auront pas d'émule. Moins anecdotique : Mériadeck s'appelle sobrement Bibliothèque de Bordeaux, et les élus de Saint-Etienne font savoir qu'ils refusent l'appellation « médiathèque » pour le futur bâtiment de leur bibliothèque.

Que peut signifier cette querelle de mots ? Que, dans les années 70, les bibliothèques avaient surtout besoin de changer d'image et donc de nom ? Et que, cette métamorphose ayant eu lieu, cette dénomination a aujourd'hui moins d'importance ?

Cette hypothèse est confortée, *a contrario*, par le texte ambivalent de Raymond Jean : « *Il est tout particulièrement intéressant de noter que les bibliothèques s'élargissent aujourd'hui à des activités culturelles*

diverses et prennent le nom de médiathèques, non sans orgueil au moment même où le terme de médias se colore dans l'opinion d'une nuance marquée de suspicion. Les médias s'emparent de tout, dénaturent tout, se mêlent de tout, sèment le trouble et la confusion partout. Mais là, dans les médiathèques, ils retrouvent leur vraie fonction, leur vraie vocation qui est celle de l'information et de la communication entre les hommes »¹.

Est-ce qu'il n'y aurait pas aujourd'hui plus d'orgueil à s'appeler bibliothèque que médiathèque ?

Le concept

Le concept de médiathèque s'appuie sur des présupposés politiques, qui se traduisent en propositions techniques. L'idée de départ est qu'il faut, pour faire venir le public dans des bibliothèques jusque-là trop méconues², les rendre attractives. Attractives, elles ne le seront que modernisées et accueillantes à toute la population.

Le présupposé politique qui fonde cette idée de départ est que les bibliothèques ont un rôle à jouer dans la société. Ce rôle ne peut être la simple satisfaction du public traditionnel, lettré, étudiant, qui fréquente spontanément des bibliothèques même vieillottes, rébarbatives et désargentées. Il est d'apporter à tous, sans exclusion d'âge, de statut scolaire, culturel ou économique, l'information, la formation et la culture. Toute la population doit pouvoir avoir accès à une information raisonnée, à un savoir partagé et à un patrimoine culturel collectif.

La traduction de ces attendus se trouve sous des plumes officielles : « *La raison d'être d'une bibliothèque publique, faut-il encore le dire, n'est pas d'emmagasiner des livres et documents divers, mais d'offrir à tous les citoyens un service public. Or, un service public n'a de sens que s'il répond à des besoins tant des indivi-*

*duis que de la collectivité, ces besoins fussent-ils imparfaitement perçus. Une politique de lecture publique ne se réalisera en France que si les responsables politiques et administratifs, ainsi que l'opinion publique, reconnaissent l'utilité des bibliothèques pour tous les citoyens de tout âge et de toute catégorie socioprofessionnelle. Il serait vain de soutenir une cause qui n'aurait pas une justification sociale dès maintenant et pour l'avenir »*³... comme sous celles de professionnels : « *La conception actuelle de la médiathèque publique provient directement de la mise à jour et de l'élargissement de l'idée d'éducation populaire (devenue éducation permanente) défendue alors par des organismes issus de la Résistance tel " Peuple et Culture ", sous l'influence directe de la " Public Library " anglo-saxonne. Il y a à la base de cette conception l'idée fondamentale de la déségrégation des publics, l'ensemble des habitants étant désormais admis à profiter de l'ensemble du patrimoine culturel imprimé et plus tard audiovisuel de l'humanité, jusqu'alors réservé pour une grande part à une certaine élite »*⁴.

BPI, « *le souci des lecteurs prend le pas sur le souci des livres »*⁵.

C'est ce modèle (libre accès abondant, multimédia, personnel qualifié) qui est encore appliqué de nos jours. Il a été adopté dans un consensus quasi général, sans doute parce qu'il réconcilie les deux types d'investissement professionnel que distingue Bernadette Seibel⁶ : le militantisme culturel, puisque c'est un outil destiné à étendre l'influence de la bibliothèque au-delà de son public naturel ; le service de la demande, puisqu'il permet d'améliorer la qualité du service rendu. En même temps, il porte en lui une contradiction interne entre ses présupposés politiques et leur traduction technique puisque faire venir le public n'est pas instruire le peuple. Cette contradiction n'est-elle pas lourde d'une dérive possible ?

La mise en œuvre

Finalement, qu'est-ce aujourd'hui qu'une médiathèque ?

L'analyse la plus développée en est faite par Anne-Marie Delaune : « *Différentes phases sont perceptibles dans l'organisation même des lieux de*

Le concept de médiathèque s'appuie sur des présupposés politiques, qui se traduisent en propositions techniques

Les propositions techniques qu'appelle cette conception éducative et culturelle au bénéfice de tous sont avancées, avec constance, dans la presse professionnelle des années 60 et 70 : l'ouverture à des supports nouveaux (non imprimés), la généralisation du libre accès, la gratuité, l'accueil par du personnel qualifié, l'animation culturelle. Attirer, accueillir, retenir des publics larges et divers : dans ces médiathèques, fortement influencées par l'exemple de la

la lecture publique. Première phase : la bibliothèque des Lettrés, à la fois musée et archives, qui a pour mission de conserver dans le souci d'instruire et doit bientôt prêter, et pour cela, diversifier ses collections. Elle sépare les livres et les lecteurs : magasin, salle de lecture, prêt indirect. Deuxième phase : la bibliothèque multifonctionnelle des Lettrés et des Illettrés, qui se voit chargée d'assurer la formation continue pour une meilleure insertion sociale, d'ac-

1. Raymond JEAN, « Le Rempart des livres », in : *Bibliothèques : une nouvelle génération*, Réunion des musées nationaux, 1993.

2. En 1977, 8,6% de la population desservie étaient inscrits dans une bibliothèque municipale (16 % en 1990).

3. Alice GARRIGOUX, *La Lecture publique en France*, La Documentation française, 1972.

4. Michel BOUVY, *Médiathèques publiques*, n° 61, 1981.

5. Anne-Marie CHARTIER, Jean HÉBRARD, *Discours sur la lecture : 1880-1980*, BPI, 1989.

6. *Au nom du livre : analyse sociologique d'une profession, les bibliothécaires*, La Documentation française, 1988.

cueillir les citoyens en occupant leur temps de loisir, et enfin de diffuser les biens culturels et médiatiques. Elle répartit son public par tranches d'âge et les documents par support : sections adultes, " ado ", jeunes, et sections " thèques ", disco-, vidéo-, logi-, arto-... Troisième phase : la médiathèque, qui nous intéresse ici et qui semble à la recherche de " formes ouvertes ". En plus d'assumer toutes les missions précédemment dévolues aux bibliothèques, elle est chargée d'informer tout le monde de tout et de favoriser les rencontres des publics pour la meilleure convivialité possible dans la Cité »⁷.

Une description plus synthétique en est donnée par Jean-Marie Compte : « Parler de médiathèque à propos de la transformation de la bibliothèque municipale, c'est employer un terme compliqué pour exprimer une idée simple. Le mot désigne un établissement culturel ouvert au monde et sur le monde : lieu d'échanges, centre de ressources, regroupement de services et pôle d'excellence »⁸.

Ce qu'on appelle médiathèque serait-il autre chose qu'une bibliothèque moderne ? Et comment expliquer que se baptisent médiathèques des établissements dans lesquels on ne prête que des livres ? Sinon par l'espoir qu'ont les responsables (élus et bibliothécaires) de tirer ainsi profit de l'image positive qui s'attache, pensent-ils, à la dénomination médiathèque ?

Ce n'est pas qu'une question de mots, diront certains. L'offre simultanée dans un même lieu de médias différents crée une autre identité pour l'établissement. Autrement dit, la médiathèque n'est pas que l'addition d'une bibliothèque (prêt et consultation de livres), d'une discothèque, d'une vidéothèque, d'une artothèque, d'une logithèque... Le tout est autre chose que la somme des parties. La médiathèque est une proposition culturelle spécifique.

Sur la réalité de cette spécificité, la réponse des usagers pourrait nous

éclairer. Malheureusement, il n'existe pas actuellement d'étude sur les pratiques induites par l'offre des médiathèques : pratiques cumulées ou exclusives, glissement d'une pratique à une autre, renforcement réciproque de l'attractivité, motivation et satisfaction des publics des différents secteurs, etc.

A la question de l'intégration et de la co-influence de ces secteurs, Jean Goasguen avance une réponse prudente : « Les optimistes répondront

la documentation que les médias sonores et visuels entraînent est une chance historique pour la bibliothèque de devenir une médiathèque moderne et accueillante et de marcher de concert avec les besoins du public, voire de les précéder alors que toute l'histoire des bibliothèques publiques en France a été celle de ratages, de rendez-vous manqués puis de courses essoufflantes, aux objectifs périmés avant d'être entrepris et dans lesquelles s'abîment lar-

L'offre simultanée dans un même lieu de médias différents crée une autre identité pour l'établissement

plutôt oui », mais après de larges développements intitulés « Ghetto ou Etat dans l'Etat », qui mettent au contraire en évidence la coupure qui règne entre les discothèques et le reste de la bibliothèque⁹.

La spécificité de la médiathèque a-t-elle une réalité pour le public ? En a-t-elle une pour les bibliothécaires ?

Les effets

Pour faire venir le public, ces médiathèques adoptent des tactiques de séduction (mise en scène des ressources et des services) qui ont des effets pour le public comme pour l'établissement. Je voudrais insister ici sur trois de ces tactiques et sur leurs effets : la recherche de modernité, l'abondance et la diversité des collections, la convivialité.

La recherche de modernité

Cette recherche est d'abord consciemment voulue comme une stratégie d'image. Les bibliothèques ne doivent pas seulement changer de nom, elles doivent changer d'image et échapper ainsi à cette fatalité du démodé et du dépassé qu'évoque Gérard Herzhaft : « La mutation de

gement les meilleures volontés et s'enlisent les meilleures idées. La perspective de la médiathèque permet pour une fois et pour un court temps encore d'être à l'heure. Il faut saisir cette chance »¹⁰.

Pour le public aussi, pour le public surtout, avoir accès à une bibliothèque moderne qui offre l'information sous ses nouvelles formes, qui permet de nouveaux apprentissages, qui est plus efficace dans la recherche documentaire, qui prête des médias diversifiés, c'est une chance appréciée – un service qui devrait être banal et répandu, mais qui est encore perçu comme une chance tant ces médiathèques sont (encore) récentes.

Mais la séduction de la technique au service de tous a aussi un prix. Le prix à payer varie, bien sûr, selon les villes et les circonstances. Il équivaut à attendre un retour sur investissement des efforts engagés – qui peuvent être très élevés. L'attente de ce retour sur investissement peut prendre plusieurs formes.

La première est la médiatisation méthodique : choix d'un architecte de renom international permettant de valoriser sa notoriété, couverture dans la presse, vente de produits dérivés...

7. « La Médiathèque incertaine », in : *Bulletin des bibliothèques de France*, n° 1, 1991, p. 8-11.

8. In : *Le Journal de la médiathèque*, Poitiers, n° 1, 1992.

9. « Questions anciennes et actuelles sur les discothèques », in : *Bulletin d'informations de l'Association des bibliothécaires français*, n° 155, 1992.

10. Gérard HERZHAFT, *Pour une médiathèque*, Promodis, 1982.

Le libre accès a beaucoup banalisé la fréquentation des bibliothèques

La deuxième forme est la rationalisation des rapports entre la médiathèque et son marché. C'est la démarche marketing qui amène les organisations, pour éviter « *de voir leurs publics se détourner vers d'autres offres* », à choisir les bonnes offres : « *Quels livres, documents, informations... faut-il mettre à la disposition du public pour l'intéresser ?* »... et les bons publics : « *L'analyse du public permet de séparer les groupes pertinents des groupes non pertinents dans l'ensemble du public potentiel* »¹¹.

Enfin, la troisième forme de retour sur investissement est, en toute logique, la tarification des services. Non seulement pour les recettes propres que les services payants génèrent – et qui sont toujours modestes. Mais surtout pour la reconnaissance symbolique que représenterait le paiement d'un service. Selon les partisans de cette conception symbolique, un service gratuit serait, au double sens du mot, sans valeur.

La recherche de modernité conduirait-elle ainsi la médiathèque sur les pentes de la politique d'image, de la politique de la demande et de la sanction du marché ?

Les collections

La deuxième tactique de séduction sur laquelle je souhaite revenir concerne les collections. Le concept de médiathèque comporte comme élément de base des collections abondantes, en libre accès et multimédias. C'est sans doute, avec l'offre de locaux accueillants, l'élément qui a fait le plus pour inciter le public à fréquenter massivement les médiathèques.

L'abondance des collections disponibles (souvent plusieurs dizaines de

milliers d'ouvrages) permet de satisfaire au mieux l'extraordinaire diversité des besoins et des intérêts documentaires des différents publics. Le libre accès, en livrant la collection accessible tout entière dans l'espace et non plus par l'intermédiaire codé des catalogues, a beaucoup banalisé la fréquentation des bibliothèques, en encourageant des pratiques flâneuses, curieuses, désintéressées ou, au contraire, volontaires et studieuses, en tout cas multiples et changeantes. Quant à l'aspect multimédia, on pense qu'il a fait venir dans les médiathèques un public que le livre n'aurait pas suffi à y attirer – le public plus jeune et plus masculin des discothèques en serait un indice.

Malgré le bien-fondé de ces choix de départ, il me semble qu'ils posent deux questions.

La première est celle du niveau des collections. La disparition (silencieuse) des sections études d'une part, la pression d'un public nombreux et

exigeant d'autre part, exposent les bibliothécaires à travailler dans l'urgence, le brouhaha et l'instant. Le risque est ainsi de privilégier les usagers les plus proches, les plus présents et les plus pressants. Les bibliothèques, telles les maisons d'édition, sont amenées à faire leur part « *aux investissements risqués à long terme et aux investissements sûrs à court terme* » et leur choix « *des écrivains pour le temps long et des écrivains pour le temps court* »¹².

La deuxième est celle du type ou de la nature du document. Les médiathèques, dit-on, ont vocation à offrir tous types de documents, qui doivent y être accueillis et traités dans une même et égale dignité. La pratique, on le voit, dément cette assertion : ni les artothèques ni les logithèques ne semblent encore avoir convaincu les

¹² Pierre BOURDIEU, *Les Règles de l'art*, Seuil, 1992.

¹¹ Jean-Michel SALAÛN, *Marketing des bibliothèques et des centres de documentation*, Cercle de la Librairie, 1992.

bibliothécaires de leur nécessité. La vidéo VHS, quant à elle, a dû subir quelques années de purgatoire – l'exclusivité alors accordée au format 3/4 pouce cachant sans doute plus de raisons de contenu (le documentaire vs la fiction) que ne l'avouaient les arguments esthétiques alors avancés. Est-ce que la question à poser ne serait pas celle de la légitimité des documents par rapport aux missions des bibliothèques ?

La convivialité

La convivialité avec laquelle le public fait usage des médiathèques est le meilleur signe de leur succès. Elle va même au-delà de l'effet attendu, puisque les collections abondantes en libre accès étaient surtout supposées encourager le prêt à domicile. Or, présentées dans des locaux moins structurés et plus vastes, elles

elle une réalité ? Ou n'est-elle encore que nostalgie ? Ou déjà qu'utopie ?

Le temps

Les bibliothèques-médiathèques connaissent un grand succès public. Parce qu'elles répondent aux besoins documentaires croissants de la population. Parce qu'elles offrent un espace public non ségrégatif à une communauté de plus en plus éclatée. Parce qu'elles tolèrent ou encouragent des pratiques culturelles diverses, sans sanction de validité et sans pédagogisme myope¹⁴. Leur malléabilité, leur élasticité, leur non-directivité ont trouvé un écho favorable dans le public où s'atténuent, voire disparaissent, les modèles lettrés de culture et de lecture. Ces lieux ouverts et accueillants sont en phase avec les comportements culturels d'aujourd'hui.

Comment préserver cet espace de liberté, de gratuité intellectuelle, ce lieu des possibles ?

ont au contraire donné un nouvel essor aux pratiques de lecture-consultation-travail sur place. Les usagers ne privilégient pas la médiathèque comme lieu d'approvisionnement mais l'utilisent, à part égale¹⁵, comme espace de lecture, travail, rencontre, flânerie, curiosité..., comme espace de sociabilité.

Cet effet, secondaire et imprévu, demande à être confirmé sur le long terme : et s'il n'était, d'abord, qu'un nouvel avatar du discours de légitimation des bibliothécaires ? Il est en effet bien séduisant de saluer la renaissance, même timide, d'un lieu où la lecture est partagée et discutée, d'une agora où s'exerce « *l'esprit public* ». Mais cette renaissance a-t-

Mais ce succès public est ambigu. Car la satisfaction du public d'aujourd'hui peut aller à l'encontre de l'ambition et de l'identité-même de la bibliothèque. En quoi ? Dans la gestion du temps.

Les bibliothèques sont des institutions culturelles non marchandes. Elles ne sont pas soumises aux lois du marché. Elles conservent la mémoire collective de la ville. Elles constituent le patrimoine de demain. Elles ont la chance de pouvoir prendre le temps. Elles ont le privilège de la lenteur.

La transmission de l'héritage, l'acquisition de l'esprit critique, la découverte d'autres possibles, l'apprentissage des ailleurs, la compréhension du monde demandent du temps.

Faire un lecteur demande du temps : « *Passer son temps à aider des générations nouvelles à s'approprier des écrits est un travail ininterrompu, où des générations de lecteurs transmettent à de nouveaux lecteurs leurs manières de lire autant que leurs savoirs du corpus. La lecture, ce ne sont pas les livres : c'est un acte, c'est une relation, une transmission qui prend du temps* »¹⁵.

Aider un lecteur à lire, à continuer à lire demande du temps¹⁶.

La vraie question n'est-elle pas là aujourd'hui : comment protéger nos bibliothèques de l'ogre de la vitesse et de la folie de l'éphémère, préserver cet espace de liberté, de gratuité intellectuelle, ce lieu des possibles ? Oui, comment ? « *Comment croire à la démocratie, comment sauvegarder ce généralisme qui nous honore et dont les bibliothèques de lecture publique sont un des derniers modèles, comment lutter contre les tentations du tout technologique et celle de la rationalisation à outrance, comment être moderne, efficace, médiatique, tout en gardant ce qui nous vient des savoir-faire de l'artisanat et des méthodes de l'apprentissage, cette lente transmission du savoir, cette humble construction permanente de la culture ?* »¹⁷.

La médiathèque ne mérite ni excès d'honneur ni excès d'indignité. Elle n'est jamais que ce qu'en font, ensemble, le public, les élus et les bibliothécaires. Les questions que chacun d'eux se pose à son sujet sont évidemment diverses.

Peut-être, pour les bibliothécaires, la question la plus urgente, mais aussi la plus difficile, est-elle celle des priorités à défendre – c'est-à-dire celle des objectifs à atteindre.

Janvier 1994

13. L'expérience montre que, selon les jours et les villes, il est fréquent que 30 à 50 % des entrants dans une médiathèque n'empruntent pas de documents.

14. Mais sans renoncer à une « *pédagogie invisible* » pour reprendre l'expression de Jean-Claude POMPOUGNAC.

15. Anne-Marie CHARTIER, in : *Esprit*, mars-avril 1991.

16. François de SINGLY, « Les Jeunes et la lecture », *Dossiers Education et Formations*, n° 24, 1993, p.164-167.

17. Martine BLANC-MONTMAYEUR, in : *Interlignes*, n° 30, 1992.