

## Dossier : LES BIBLIOTHÈQUES

### Quelle direction pour le livre et la lecture ?

Yvanne Chenouf

**UN PEU** avant l'ouverture du SALON DU LIVRE, la Direction du Livre et de la lecture montait, en collaboration avec le Syndicat National des Editeurs, une campagne destinée à promouvoir le livre et son économie.

**BEAUCOUP** de clairvoyance chez "ALLIANCE" l'agence de publicité qui s'est vu confier la défense de cette cause d'intérêt général et qui explique ainsi son choix dans *Lettres*<sup>1</sup> : *"Notre objectif fut de centrer tous nos efforts vers les acheteurs irréguliers qui ont déjà une "culture" du livre et de la librairie pour les amener à accroître leur nombre d'achats annuels. Transformer radicalement le comportement des non acheteurs pour les faire venir en librairie est un travail de longue haleine, qu'une campagne de promotion limitée dans le temps ne peut raisonnablement présenter comme un objectif. À l'inverse, toute campagne incitative sur l'achat de livres trouvera un écho très favorable du côté des acheteurs réguliers, des amoureux du livre, qui verront ainsi magnifier leur passion pour l'écrit."*

**PASSIONNÉMENT** cette équipe a donc cherché à décliner le désir des livres à travers toutes les catégories d'âge (femme, enfant, couple...) *"magnifiant leur amour de l'écrit à travers l'affichage d'un comportement serein à l'égard du livre et de la lecture"*.

**AH ! LA FOLIE** qui régnait ce jeudi 14 avril à la soirée d'inauguration du SALON DU LIVRE ! Ils étaient tous très livres dans le Champagne et les amuse-gueules, représentant bruyamment ce faible groupe de Français qui achète régulièrement des livres. Délaissant leur apparent non-conformisme et leur individualisme profond, ils jouaient aux manifestants, nostalgiquement rassemblés sous le dernier slogan unitaire : **"LES LIVRES. BEAUCOUP. PASSIONNÉMENT..."** avec le désir de convaincre un peu des gens de ce sous-groupe qui achète, disons, un livre tous les deux mois.

**PAS DU TOUT** évoqués, ni prévus dans ce lieu tous les hors groupes, la quantité de gens qui n'achète aucun livre. Égale à elle-même, la pub qui n'est pas, quoiqu'on en dise, une créative, essaie d'amplifier ce qui existe déjà : elle ne transforme rien.

Salons aux illusions, campagne de séduction, célèbrent les retrouvailles des lecteurs avec leurs expériences. Mais pour les autres, ceux qui ne lisent jamais et ne liront jamais sous les bannières ? Nous avons posé cette question à Nadine ETCHETO et Jean GOASGUEN<sup>2</sup> qui n'auraient eu aucune chance d'être sélectionnés comme modèles de cette campagne très classe : pas assez crâneurs, ni suffisamment glacés ils affichent, eux, une grande modestie et des doutes pour ce qui les passionne vraiment : la démocratisation de la lecture.

---

<sup>1</sup> *Lettres* n° 19 - mars/avril 1988.

<sup>2</sup> Nadine ETCHETO : chargée de mission pour le développement de la lecture et de l'innovation.  
Jean GOASGUEN : Chef du département des Bibliothèques et de la Lecture.

Lorsqu'il nous avait reçu à la Direction du Livre et de la Lecture, le prédécesseur de Jean GOASGUEN, Cécil GUITART<sup>3</sup>, avait déjà tenté d'attirer notre attention sur le fait qu'à l'A.F.L., nous opposions trop facilement le quantitatif et le qualitatif. Il déclarait : *"Pour nous, les deux démarches sont complémentaires : la première, que j'appellerai institutionnelle, et qui peut, de ce fait, paraître traditionnelle ; la seconde, qui vise une extension de la lecture et qui est plus nouvelle pour le secteur des bibliothèques."*

Ces deux axes existent toujours et Jean GOASGUEN en explique ainsi la nécessité :

## POINT DE NON RETOUR

*"En 1981, comparée aux pays nordiques et anglo-saxons, la France comptait un retard considérable en matière de lecture publique. En 7 ans, grâce aux actions concertées de l'État et des collectivités locales, nous avons suffisamment augmenté les lieux de lecture pour qu'aucun retour en arrière ne soit possible. Le seuil d'irréversibilité est donc atteint dans :*

*- la mise en service d'1 million de m<sup>2</sup> de bibliothèques (640 000 m<sup>2</sup> en 1981)<sup>4</sup> ;*

*- la couverture du territoire en Bibliothèques Centrales de Prêt. En 1981, seulement 17 départements en possédaient, aujourd'hui, tous en sont pourvus sauf la SEINE-SAINT-DENIS et le VAL-DE-MARNE du fait de leur trop forte urbanisation<sup>5</sup>."*

À ces chiffres s'ajoutent ceux que Jean GATTEGNO cite dans le même numéro de Lettres : *"Les emprunteurs de livres qui représentaient 12,5% de la population desservie en 1983 sont aujourd'hui 13,7% ce qui est une augmentation très considérable si l'on veut bien observer que, dans le même temps, la population desservie a augmenté de plus d'1 million d'habitants. Le prêt de livres connaît une croissance encore plus remarquable passant de 74 828 000 livres prêtés en 1983 à 84 636 000 livres prêtés en 1985. La proportion des enfants (moins de 14 ans) et du nombre de livres qu'ils empruntent ne cessent d'augmenter : ils représentaient 41 % des inscrits en 1983 et empruntaient 41,6% des livres; ils représentent, en 1985, 42% des inscrits et empruntent 43% des livres."*

Grignotée consciencieusement, la masse des gens qui n'utilisent pas les bibliothèques s'effrite quand on voudrait qu'elle s'effondre. Jean GATTEGNO croit beaucoup à cet effort obstiné et il conclut : *"Au rythme actuel des ouvertures de nouvelles bibliothèques sur tout le territoire, de deux à trois équipements nouveaux chaque mois en 1987 - et ce rythme sera probablement maintenu jusqu'en 1990 - je ne doute pas que ce retard sera bientôt, enfin, comblé."*

Mais l'augmentation de mètres carrés ne fait pas tout. 3 400 emplois ont été créés, par les collectivités locales pour la plupart et par l'État pour le reste. C'est important et c'est sans précédent.

## ÉQUILIBRER L'OFFRE ET LA DEMANDE

À la Direction du Livre, on continue donc d'améliorer l'offre car, si on enregistre des pointes à plus de 30% de fréquentations des lieux de lecture dans certaines villes, il reste encore beaucoup d'endroits où la demande est médiocrement satisfaite. Avec près de 14% de la population utilisant les B.M. on est encore assez loin des autres pays industrialisés et Jean GOASGUEN affirme qu'il faut : *"continuer à créer des bibliothèques belles, agréables spacieuses pour satisfaire les lecteurs non encore satisfaits"*. *"Surtout, renchérit Nadine ETCHETO, que les conditions nous sont favorables. Le mouvement en fa-*

<sup>3</sup> Actes de lecture n° 8, pp. 84, 85.

<sup>4</sup> Les besoins français, par rapport à certains pays étrangers ont été évalués à 2 millions de m<sup>2</sup>.

<sup>5</sup> Les B.C.P. concernent les communes de moins de 10 000 habitants.

veur de la lecture aide à l'élargissement du public et il faut savoir bénéficier de tous les éléments." Parmi ces éléments dynamisants, la multiplication des Salons et fêtes du livre<sup>6</sup>.

*"Il y a quelques années, poursuit Nadine ETCHETO, on se serait "cassé la figure" en montant de telles manifestations. Aujourd'hui, ça marche et ça pose de nombreux problèmes aux maisons d'édition et aux intervenants constamment sollicités."*

La meilleure médiatisation du livre s'accompagne d'une meilleure présentation de l'institution bibliothèque qui varie ses offres de lecture. Les médiathèques se développent et la professionnalisation ne cesse de s'affirmer : en quoi cette amélioration des conditions d'accueil peut-elle donner à lire à ceux qui n'en voient toujours pas les raisons ?

## RECHERCHES ACTIONS

*"Nous nous organisons, répond Jean GOASGUEN, pour résoudre simultanément les problèmes posés par l'action culturelle et la lutte contre l'illettrisme. Bien que ces deux sujets s'interpénètrent, nous les avons répartis entre deux personnes pour des raisons d'efficacité. D'un côté, nous travaillons intimement avec le G.P.L.I., avec différents partenaires, nous sensibilisons le réseau à ces problèmes et nous approfondissons la formation des bibliothécaires. De l'autre côté, nous gardons des relations avec l'Éducation Nationale à travers les B.C.D., les C.D.I., les actions petite enfance."*

Pêle-mêle, les actions mettent en présence les bibliothèques et les comités d'entreprise, les zones rurales, les stages d'insertion, les institutions de malvoyants, de malentendants, les hôpitaux, les prisons, faisant co-intervenir des écrivains, des libraires, des petits éditeurs, des travailleurs sociaux, des personnels du tourisme pour soutenir des actions de diffusion du livre, de création, d'aide aux circuits courts de production et d'édition, de valorisation des réalisations existantes. Et tandis que se tissent ces nouvelles manières de travailler, à la Direction du Livre, on soutient, on accompagne, on évalue. C'est ainsi que, d'ici un an ou deux, sortiront les résultats de recherches actuellement programmées sur la lecture (et non sur le livre) :

- en liaison avec la B.P.I., une étude sur la télévision et le livre ;
- en liaison avec l'A.B.F., une étude sur ce que sont devenus les jeunes lecteurs de 1970 ;
- en liaison avec le département des études et prospectives du ministère de la Culture une étude sur les rapports entre le développement des bibliothèques/médiathèques et l'évolution des publics.

## MODESTIE ET PARTENARIAT : LES NOUVELLES TENDANCES

Recherches et actions ont, pour l'instant, des conséquences sur les publics qui avaient déjà des raisons de lire. Car on sent bien, on sait bien depuis qu'on a lu Jean-Claude PASSERON, que la *"démocratisation de la lecture ne saurait se concevoir dans l'extension au plus grand nombre des goûts et des pratiques culturelles d'une élite"*

Alors, seul le partenariat découvre de nouvelles possibilités, concevables dans une nouvelle logique avec et par de nouveaux lecteurs. *"Notre expérience, avouent Nadine ETCHETO et Jean GOASGUEN, nous a appris la plus grande modestie : seuls, nous aurons peu d'efficacité pour développer la lecture là où elle n'existe pas. Il faut apprendre à inventer avec les autres. Mais rien ne se fera sans*

<sup>6</sup> La Direction du Livre envisage la publication d'études commentées sur ce phénomène.

*une réelle politique au niveau de l'État. Les bibliothèques ne peuvent qu'appuyer une logique nationale du livre. La lecture, c'est l'affaire de tous et c'est beaucoup celle des pouvoirs publics."*

Avec leurs quatre millions de budget annuel (en diminution cette année), quatre personnes entendent maintenir leurs actions pour le développement et la promotion de la lecture. Cela passe par la réponse à de nombreuses interrogations : quelle mission pour la Direction du Livre, comment, à l'échelon national, appuyer les politiques régionales, comment réfléchir, sur les lieux, sur les personnes sur les motivations et les handicaps. *"Sept ans d'expérience nous ont appris qu'on ne pouvait pas se contenter d'aller vers les gens et les lieux en difficulté culturelle, il faut partir d'eux"*, précisent nos deux interlocuteurs qui annoncent ainsi les deux nouvelles tendances dans la lutte contre l'illettrisme : modestie et partenariat qu'il va falloir conjuguer avec une solide détermination... politique.

Yvonne Chenouf