

La bibliothèque : un enjeu vital pour la construction de la personnalité et l'insertion sociale. L'impérieuse nécessité de mener des actions de marketing, de plaidoyer et de lobbying pour cette institution.

Charles Kamdem Poeghela, CLAC de Yaoundé, Yaoundé, Cameroun
kam_char@yahoo.fr



Copyright © 2014 by **Charles Kamdem Poeghela**. This work is made available under the terms of the Creative Commons Attribution 3.0 Unported License: <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Résumé:

L'argumentaire que nous venons de développer vise globalement à construire un plaidoyer actif auprès des « décideurs » afin qu'ils mettent la bibliothèque publique et plus spécifiquement la bibliothèque jeunesse au centre de leur agenda. Nous avons insisté sur l'impérieuse nécessité pour le bibliothécaire de repenser lui-même sa profession et l'approche qu'il utilise pour atteindre ses publics. Si le bibliothécaire n'est pas bien formé, bien outillé pour faire des propositions pertinentes et attractives à ses publics et aux responsables politiques, il lui sera difficile d'être reconnu et incidemment à la bibliothèque d'être prise au sérieux. Les associations de bibliothécaires ont été largement interpellées pour être des portes voix et les premiers défenseurs de la bibliothèque et des bibliothécaires auprès de la communauté et des décideurs.

La bibliothèque reste l'un des rares lieux d'expression littéraire, artistique, démocratique, technologique ouverte à tous et pour tous. Ne l'oublions jamais.

Mots clés: Bibliothèque, bibliothèque jeunesse, bibliothèque attractive, marketing, plaidoyer, associations professionnelles

Aujourd'hui la bibliothèque publique et/ou communautaire est un levier essentiel pour le développement social, économique et éducatif de l'enfant, du jeune, de l'être humain tout court. A certains endroits, la bibliothèque est même le principal lieu de socialisation des masses et de rapprochement intergénérationnel. Dans l'environnement africain, la plupart du temps, il semble que les Etats, aussi bien au niveau central que dans les régions, n'aient pas encore pris toute la mesure de l'utilité, voire de l'extrême nécessité des bibliothèques ; et tout particulièrement des bibliothèques jeunesse (enfants et adolescents). Pourtant c'est au

sein de l'institution qu'est la bibliothèque, véritable trait d'union entre l'école et la vie sociale voire même la vie professionnelle, que l'on doit donner des outils nécessaires à la socialisation efficace de l'enfant, de l'adolescent du jeune adulte.

Dès lors il devient impératif pour tous les professionnels du livre et de la lecture, de l'éducation, des technologies de l'information et de la communication de faire pression sur les « décideurs » afin qu'ils mettent la création, le soutien et le développement des bibliothèques en général et des bibliothèques jeunesse en particulier au centre de leur agenda.

Pour mieux porter ces actions de marketing, de plaidoyer et de lobbying, on peut se poser quelques questions :

1. Quelles actions décisives devons-nous mener pour mieux « vendre » l'image de marque de nos bibliothèques ?
2. Quels arguments devons-nous mettre en avant pour faire du plaidoyer/lobbying actif auprès des responsables politiques, des organisations professionnelles, des écoles de formation?
3. Comment bâtir des bibliothèques solides et attractives en parfaite adéquation avec les besoins et les envies des jeunes ?

A l'aide d'idées innovantes et d'exemples concrets, nous proposons des pistes de réponses dans le développement de cette communication.

1. Quelles actions décisives devons-nous mener pour mieux « vendre » l'image de marque de nos bibliothèques ?

Le constat est clair : En Afrique au Sud du Sahara la bibliothèque n'est pas toujours vue comme étant indispensable. Suite à ce constat effarant, il convient de s'interroger sur cette perception somme toute largement répandue dans notre contexte. D'abord il faut dire que les responsabilités sont partagées, l'image sous estimée des services d'information documentaire (SIC) est aussi bien le fait les « décideurs » que des usagers mais aussi, malheureusement, des professionnels eux-mêmes.

Les décideurs,

Nous entendons ici par « décideurs » tous ceux qui disposent d'un pouvoir à même de donner les moyens (matériels, financiers, logistiques, juridiques...) d'attractivité aux bibliothèques existantes et d'en créer de nouvelles ; de mettre la bibliothèque au cœur des politiques publiques de développement. Il s'agit du gouvernement et des élus (conseillers municipaux, députés, sénateurs). A l'observation, la plupart de ces responsables politiques considèrent la bibliothèque comme étant une structure « inutile et non urgente », ils estiment quelques fois que les écoles éduquent déjà les enfants et les adolescents, que les adultes sont occupés à travailler pour nourrir les familles, que d'autres services sociaux tels que la construction des écoles et des hôpitaux sont les seules urgences. Lorsqu'une bibliothèque existe, ils y affectent des agents dont ils ne savent exactement pas « où les caser », parfois c'est du personnel malades ou encore aux aptitudes professionnelles douteuses ; pire quelques fois il s'agit de cousins, neveux, amis qui n'ont professionnellement aucune qualification et qu'on veut « aider » à gagner son pain. Tout ceci parce qu'ils ne voient pas très bien à quoi sert réellement la bibliothèque et encore moins la bibliothèque publiques et/ou communautaire.

Voilà la « perception » qu'ont de nombreux décideurs.

La conséquence logique qui s'en suit est qu'il y a très peu de bibliothèques dignes de ce nom, et ce, même au cœur des capitales politiques en Afrique au Sud du Sahara, je ne veux même pas évoquer les zones périurbaines ou rurales. Lorsqu'il existe une ou quelques bibliothèques, elles sont souvent dans un état de délabrement qui laisse imaginer très clairement le peu d'estime accordé à ces espaces. Très peu de bibliothèques ont des budgets autonomes (fonctionnement, acquisitions, investissement, formation continue...)

Les usagers,

Les usagers (lecteurs, visiteurs, artistes...) n'ont pas, culturellement, le réflexe, de se rendre dans une bibliothèque pour lire, rechercher une information, partager son savoir-faire. Il y a toujours comme une juxtaposition, voire une compétition mentale entre la bibliothèque et l'école ou les centres culturels ; les gens ne voient pas l'intérêt à aller à la bibliothèque alors qu'ils lisent déjà à l'école ou qu'ils vont au centre culturel pour présenter leurs performances artistiques.

Voilà l'image qu'une bonne franche de la population, en Afrique au Sud du Sahara, a de l'institution qu'est la bibliothèque.

Les professionnels

Les bibliothécaires et les documentalistes eux-mêmes dévalorisent parfois leur profession. Il est courant de voir des collègues peu motivés, qui n'ont pas de planning d'activités précis, qui n'ouvrent pas la bibliothèque à des heures précises, qui ne soignent pas leur apparence physique, qui s'asseyent derrière leur bureau et jouent davantage le rôle de « gardiens de livres » que de bibliothécaires au sens propre.

Eh oui ! C'est une photographie sans concession de certains collègues dont le comportement professionnel n'encourage ni les décideurs à prendre leur travail au sérieux, ni les usagers à « sentir » l'importance du bibliothécaire et donc de la bibliothèque.

Tout ceci ne « vend » pas au mieux l'image de nos bibliothèques. Alors que faire pour inverser la tendance ?

2. Des actions à mettre en avant pour faire du plaidoyer/lobbying actif auprès des usagers, des responsables politiques, des organisations professionnelles, des écoles de formation

Pour mieux « vendre » l'image de notre institution, LA BIBLIOTHEQUE, auprès de notre environnement (social, académique et politique) il faut nécessairement s'activer à faire du plaidoyer pour mieux faire comprendre ce qu'est la bibliothèque et ce qu'elle n'est pas, son rôle central dans la communauté.

Nous devons mettre des arguments objectifs dans le débat, faire comprendre à tous que la bibliothèque est :

- **un lieu de vie** : c'est le « 3^e lieu » après la maison, le lieu de travail ou l'école. Ce « 3^e lieu » est un espace de vie communautaire où tout le monde, pour des raisons diverses et variées se rencontre après le boulot ou l'école en dehors du domicile familial.

- **un lieu de culture** : la bibliothèque publique est un espace public de débat, d'échange et donc de construction de la démocratie et des Droits humains. C'est un lieu d'action et de médiation culturelle.
- **un lieu de mémoire** : la bibliothèque est , dans certains contexte, un le lieu où la mémoire, ou tout au moins une partie de la mémoire, littéraire et artistique de la collectivité est accessible ; souvent gratuitement et quelque fois à très faible coût.
- **un lieu de socialisation** : la bibliothèque s'affirme très clairement comme étant un lieu d' « Education populaire » où entremêlent plusieurs générations de personnes favorisant ainsi la transmission du savoir intergénérationnel. La bibliothèque favorise la tolérance, met côte à côte les deux sexes (homme et femme) même dans certaines sociétés où sévit l'apartheid du genre.
- **un lieu de rencontre** : la bibliothèque se positionne parfois comme étant l'un des rares lieux (en campagne, dans de très petites villes) de rencontre où les gens peuvent se croiser, discuter, draguer, étudier, jouer, se réunir...

Ces arguments de plaidoyer en direction des « décideurs » ne peuvent justement être pertinents à leurs yeux que s'ils perçoivent une masse critique importante (grande fréquentation des bibliothèques par exemple) qui s'intéresse à la bibliothèque.

Nous entrons de plain-pied dans le cœur du problème **Rendre les bibliothèques attractives.**

Pour attirer les usagers, les professionnels doivent absolument changer les habitudes qui sont parfois observées. Il leurs est urgent :

- De mener des actions de marketing permanentes en direction des enfants, des adolescents, des adultes afin de les sensibiliser à l'importance de la bibliothèque.
- De proposer plusieurs supports aux usagers. L'époque du « livre roi » est révolue. Aujourd'hui, bien que le livre, entendu comme support imprimé, soit très important, il faut admettre que les contenus numériques, électroniques, internet... sont des outils très largement usités de nos jours.
- De proposer un programme culturel avec des animations alléchantes qui parlent au public, qui intéressent la communauté, vis à vis desquelles les gens se reconnaissance.
- De se mettre au service des usagers. Cesser d'être des « gardiens de livres » qui prêtent et retournent des documents et jouer réellement le rôle de médiateur.
- S'ouvrir aux autres acteurs (enseignants des écoles environnantes, artistes, leaders d'opinion, intellectuels...). Cesser de croire que le bibliothécaire sait et peut tout faire , tout dire sur tout, bref il faut rester modeste.

Toutes ces attitudes requièrent une remise à niveau des professionnels dont certains sont sur le terrain depuis des décennies et ne se forment plus. Je fais appel ici à la nécessité de promouvoir la formation continue. Les associations professionnelles et les écoles de formation sont ici interpellées. Mais davantage les associations que les écoles parce que les professionnels réunis au sein de ces associations constituent une masse critique enviable qui

non seulement peut échanger les connaissances (certains collègues forment d'autres), mais aussi peut peser sur les responsables politiques (Ministres, maires, parlementaires) pour qu'ils dégagent des budgets nécessaires à la formation continue des bibliothécaires dans les écoles spécialisées, lors des séminaires, aussi bien dans le pays qu'en dehors.

Nous avons laissé entendre, entre les lignes, qu'il fallait favoriser une culture de la bibliothèque au sein de nos communautés. Ceci signifie qu'il faut initialement intéresser les plus jeunes à la bibliothèque.

3. Comment bâtir des bibliothèques solides et attractives en parfaite adéquation avec les besoins et les envies des jeunes

Les enfants, les adolescents et les jeunes adultes ont des envies et des besoins très souvent différents de ceux des adultes. Dans un précédent article, j'écrivais que « une bibliothèque, elle est davantage fréquentée par des adultes qui ont tant bien que mal cultivé la passion de la lecture quand ils étaient plus jeunes ; il y a vraiment lieu de parler de « génération texto ». Les enfants et les adolescents quant à eux trouvent parfois que lire « fait perdre du temps » et qu'il est hautement plus commode de faire usage des NTIC ; il n'est dès lors pas excessif de penser qu'il s'agit résolument ici d'une « génération techno ». Je poursuivais « Les deux approches décrites plus haut sont, de notre point de vue, complémentaires au dialogue intergénérationnel dans nos bibliothèques de lecture publique ; l'objectif final étant de rapprocher les générations, texto et techno, afin que seuls le livre et le net en sortent vainqueurs au grand bonheur de tous ».

Il est juste question de ne pas « forcer » les jeunes à faire ce qu'ils ne veulent pas nécessairement, mais de tenir compte de la réalité qui est la leur. Aujourd'hui, il est plus sage de diffuser le programme culturel de la bibliothèque jeunesse sur facebook et d'autres réseaux sociaux, sur le site ou le blog de la bibliothèque, par sms... que de le faire par de simples communiqués dactylographiés et affichés à l'entrée de la bibliothèque.

Il est globalement question dans cette approche d'aider cette catégorie de public à avoir des outils pour mieux se construire en leur proposant une culture plus éclectique à la bibliothèque, plus en phase avec leur quotidien ou leurs aspirations. Pour cela, il faut repenser les espaces pour qu'ils soient plus confortables et modulables à souhait. Il faut être très sélectif dans les choix documentaires afin qu'ils reflètent les goûts et les envies de ce public. Il faut se « décentrer » du livre pour favoriser « l'hybridation » avec d'autres supports tels que les DVD, CD, Blu Ray, jeux vidéos. Il faut amener ce public à améliorer, au-delà du « savoir », des « savoirs-faire » en favorisant par exemple l'expression artistique.

Toutes ces spécificités obligent nécessairement à repenser la bibliothèque jeunesse depuis l'architecture jusqu'au choix du mobilier, de la peinture etc....

Biographie.

Agé de 35 ans, bibliothécaire, fondateur et directeur du centre de lecture et d'animation culturelle (CLAC) de Yaoundé depuis 2007. Charles est vice président de l'AIFBD (Association internationale francophone des bibliothécaires et documentalistes – www.aifbd.org -), membre du comité permanent de la section « Enfants et jeunes adultes » de l'Ifla, membre du conseil consultatif de la Fondation Bill et Melinda Gates dans le cadre du projet « bibliothèques Globales » en Afrique. **Charles Kamdem Poeghela** a rédigé plusieurs articles professionnels dans quelques revues et livres spécialisés.

Site web : www.leclac.org
Tél : (237) 77 88 53 12
E-mail : kam_char@yahoo.fr
BP : 513 Yaoundé – Cameroun

Charles Kamdem Poeghela