

Licence Professionnelle

Métiers des Bibliothèques et de la Documentation 2010-2011

## **Section disque et public adolescent à la Bibliothèque francophone multimédia de Limoges**

**Henri ANCILOTTI**

Stage effectué du 5 avril au 1 juillet 2011

Bibliothèque francophone multimédia

Maître de stage

Dominique Marcelin

Bibliothécaire

Bibliothèque francophone multimédia



**Université  
de Limoges**

FACULTÉ  
DES LETTRES  
ET DES SCIENCES  
HUMAINES

## Remerciements

Je remercie **Dominique Marcelin**, mon maître de stage à la Bfm pour son aide et l'intérêt qu'elle a porté à mon travail, **Paulette Trouteaud-Alcaraz** pour ses conseils et toute l'**équipe du pôle Art** pour leurs témoignages et leur accueil sympathique.

Merci à **Joanne Théate et Andreea Grecu** pour leur travail de relecture et leurs corrections.

# Table des matières

<b>Introduction.....</b>	<b>1</b>
<b>I-Les nouvelles données culturelles.....</b>	<b>3</b>
I.1-La baisse de la fréquentation en bibliothèque.....	3
I.1.1-Au plan global.....	3
I.1.2-Au plan local.....	4
a-Présentation de la Bfm.....	4
b-La question de la fréquentation.....	5
I.2-Les pratiques d'écoute actuelles.....	7
I.2.1-Nouveaux outils, nouveaux médias.....	7
a-Le marché du disque.....	7
b-Les nouveaux outils .....	8
c-les nouveaux médias et fournisseurs de contenus musicaux .....	9
I.2.2-Un nouveau public.....	10
<b>II-Adolescents et bibliothèques.....</b>	<b>13</b>
II.1-Une vue d'ensemble.....	13
II.2-Quelle place pour eux à la Bfm ?.....	15
II.3-Les adolescents et la section disque : où est le problème ?.....	17
II.3.1-L'accueil d'un public spécifique.....	17
II.3.2-Le lieu, les repères.....	18
II.3.3-Les services.....	18
II.3.4-L'offre.....	19
II.3.5-Le réseau.....	19
II.3.6-Les crispations professionnelles .....	20
<b>III-Perspectives d'avenir.....</b>	<b>21</b>
III.1-Améliorer l'existant.....	21
III.1.1-Penser le lieu.....	21
III.1.2-Veiller à l'accueil.....	22
III.1.3-Faire une offre adaptée.....	22
III.1.4-Développer l'animation.....	22
III.1.5-Favoriser la communication .....	23
III.1.6-Renforcer le réseau.....	23
III.1.7-Innover en matière de services.....	24
III.1.8-Moderniser, dynamiser le site.....	24
III.2-Acquérir et développer de nouveaux moyens.....	25
III.2.1-Les nouveaux outils, la musique numérique.....	25
III.2.2-Une bibliothèque musicale en ligne.....	27
III.2.3-Un secteur ado ou ludothèque.....	27
III.3-Vers un nouveau modèle.....	28
III.3.1-Les bibliothèques troisième lieu .....	28
<b>Conclusion.....</b>	<b>31</b>
<b>Références bibliographiques.....</b>	<b>32</b>

## Introduction

Après plus de dix ans d'existence, la Bibliothèque francophone multimédia dresse le bilan de son activité et s'ouvre à de nécessaires évolutions. Ainsi, au pôle Art, même si le succès public reste important avec plus de 53 % des prêts de documents, une analyse plus fine des publics montre une faible participation des adolescents à la section discothèque.

Cela nous amène aujourd'hui à entreprendre une réflexion sur les raisons de ce désintérêt, et tenter d'imaginer quelques solutions ou correctifs qui pourraient être mis en œuvre. Il faut en effet encourager la présence d'un public dont nous pensons que le dynamisme, les perceptions et les goûts ont à voir avec une dimension moderne et contemporaine de la médiathèque.

La baisse de fréquentation autant comme constat des bibliothécaires, dans leur ressenti et leur observation, que comme résultat d'études statistiques, paraît suivre un courant global de chute des inscrits à la Bfm depuis 2001. Il s'agit d'une désaffection d'une partie des usagers qui ne concerne pas la seule ville de Limoges, puisque cette tendance se retrouve au plan national pour les bibliothèques publiques et universitaires. Elle va même au-delà : les bibliothèques du monde occidental sont en proie au même phénomène depuis une dizaine d'années.

Que s'est-il alors passé pendant ce temps sur le plan de l'information et de la communication à l'échelle planétaire ? Ceci : La montée en puissance de l'Internet haut débit et le triomphe de la culture de l'écran dont on ne conteste plus l'incidence sur les bibliothèques.

Par ailleurs, aujourd'hui, toutes les études relatives aux pratiques culturelles des français indiquent que l'on n'a jamais écouté autant de musique, principalement les jeunes générations. En même temps le marché du CD est en chute libre et le prêt des supports musicaux baisse en médiathèque. Une offre telle que celle de la Bfm, pourtant fort séduisante, avec plus de 40 000 CD accessibles gratuitement, n'a pas suffi à endiguer une vague qui la dépasse.

Par conséquent, il faut dès lors s'interroger sur l'attractivité des nouveaux médias « jeunes », fruits de l'Internet et de ces nouveaux outils qui permettent d'écouter et d'acquérir de la musique, vite, beaucoup et en tout lieu. On peut également les évaluer pour leur aspect d'échange social.

Il est également nécessaire d'analyser ce qui caractérise cette nouvelle génération d'amateurs de musique. Qui sont ces « ados » que la Bfm ne renonce pas à compter au nombre de ses inscrits ?

Il faut aussi se demander quelle place réserve en son sein la médiathèque aux adolescents, en tant que groupe distinct. Où les trouve-t-on ? Au pôle jeunesse (c'est à dire, enfance) ou chez les adultes ? Sont-ils au programme des animations et expositions ? Quelle place leur est dédiée sur le site web de la Bfm ?

Une fois cette évaluation réalisée s'offre à nous la redoutable mission d'imaginer, ou plus simplement de recenser, quelques pistes susceptibles de mettre en adéquation un public et un lieu. Un public dont on devine maintenant les goûts et les attentes et un lieu où on peut repenser et adapter l'offre de services et de documents. Les propositions se dirigeraient vers une amélioration de ce qui existe et, plus audacieusement, vers une expérimentation qui introduirait dans la bibliothèque quelques corps étrangers.

Pourquoi ne pas envisager, pour finir, une pratique différente de ce qu'on nomme encore la bibliothèque, de ce qu'elle fût longtemps et de ce qu'elle reste dans l'esprit de beaucoup, à savoir un lieu d'étude et de lecture silencieuse ? Ne faudrait-il pas alors, a contrario, se tourner vers la création d'un véritable lieu de vie et de lien social, la renaissance du forum disparu de la cité ?

## **I- Les nouvelles données culturelles**

Nous aborderons ici deux phénomènes concomitants : la baisse de la fréquentation en bibliothèque, par le public adolescent notamment, et les nouvelles pratiques d'écoute musicale.

### **I.1- La baisse de la fréquentation en bibliothèque**

Le taux de fréquentation, basé sur les chiffres des inscrits et des emprunts, est un critère peu discuté aujourd'hui dans l'évaluation des bibliothèques par les professionnels et leur tutelle. Ces chiffres sont mis en avant parce qu'ils sont fiables, compréhensibles et constituent un outil persuasif de valorisation auprès de tous.

#### **I.1.1-Au plan global<sup>1</sup>**

Les chiffres de 1997 sur la fréquentation des bibliothèques, recueillis par la DLL<sup>2</sup>, constituent un point culminant dans leur histoire, avec un taux d'inscrits franchissant la barre des 18 % pour l'ensemble de la population française. Même si ces données sont sujettes à variations selon les critères retenus et les organismes qui les recueillent, l'enquête commandée par le ministère de la culture, à la même époque, sur les pratiques culturelles des français confirme cette tendance.

A partir de cette date, le taux d'inscrits paraît se tasser avant d'amorcer à l'orée de 2000 une décroissance (de 18,2 % en 1999 à 17,07 % en 2003) avec, selon la DLL, un déficit marqué des 15 ans et moins. Cette étude sera dans un premier temps relativisée, notamment avec la parution de l'enquête du Credoc<sup>3</sup> en 2005 sur la fréquentation des bibliothèques par les français. Cette enquête prend mieux en compte les aspects qualitatifs, parfois détournés de l'usage des bibliothèques, afin de donner des explications à cette érosion des chiffres. Elle s'intéresse aux non-inscrits, ce public invisible, et atteste par exemple de l'importance de la fréquentation par les jeunes de 15 à 25 ans. L'idée émerge de montrer que l'activité des bibliothèques ne relève pas seulement des statistiques d'inscrits mais aussi de pratiques parallèles. Cependant, la question de leur attractivité est à présent posée. Autour de 2007, le doute n'est plus permis grâce aux chiffres fournis par les établissements à la DLL. La chute de la fréquentation se poursuit, tous publics confondus, qu'ils soient inscrits ou non. La nouvelle étude 2008 sur les pratiques culturelles des français<sup>4</sup> confirme cette tendance.

Même les établissements de référence, tels que la BnF<sup>5</sup> (- 18 % pour le haut-de-jardin entre 2004 et 2008) ou la Bpi<sup>6</sup> (- 16% entre 2004 et 2009) sont concernés. D'une façon générale ce sont les structures de grande taille qui sont le plus touchées. Les réalisations les plus récentes, les plus modernes, les BMVR les plus fréquentées à leur ouverture connaissent par la suite un mouvement de reflux qui se poursuit encore : Vénissieux (- 31 %), Évreux (- 30 %), Orléans (- 28 %), Villeurbanne (- 24 %), Nice (- 23 %), Poitiers (- 22 %), Châlons-en-Champagne (- 20 %), Limoges (- 20 %), Blois (- 17 %), La Rochelle (- 17 %), Chambéry

---

1 Voir document 1 en annexe

2 Direction du Livre et de la Lecture devenue Service du Livre et de la Lecture (SLL) le 13 janvier 2010

3 Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie

4 PCF 2008 : Les pratiques culturelles des français à l'ère numérique-enquête 2008/Olivier Donnat

5 Bibliothèque nationale de France

6 Bibliothèque publique d'information

(- 16 %), Reims (- 16 %), Toulouse (- 10 %), Montpellier (- 9 %)<sup>7</sup>.

La diffusion et l'intensification des usages d'Internet expliquent sans doute la forte érosion constatée dans les classes moyennes et supérieures de la société, les premières équipées. Elle n'est pas compensée par une volonté de démocratisation des bibliothèques qui serait susceptible d'y amener un nouveau public. On observe, par ailleurs, que la part des 15-19 ans connaît proportionnellement une baisse plus forte que l'ensemble des usagers<sup>8</sup>. La notion d'un public « décevant », moins attiré par la culture institutionnelle (le nombre moyen de livres lus par personne a régulièrement décliné depuis la fin des années 80, surtout chez les 15-24 ans) opposé aux conceptions de la bibliothèque par les bibliothécaires est en train de laisser la place à la perspective inquiète d'un lieu déserté. On s'oriente maintenant, souvent avec difficulté, vers l'usager réel voire même prosaïque et on en fait le point de départ d'une nouvelle approche de la bibliothèque.

Au Royaume-Uni<sup>9</sup>, on enregistre un même recul de la fréquentation de 1998 à 2005. Quant aux États-Unis, dès les années 2000, on s'inquiète à propos des bibliothèques universitaires d'un phénomène de « deserted library. » Ce malaise lié à la survie des bibliothèques touche, on le voit, l'ensemble des pays développés (ce qui en ferait un problème de pays riche... ?).

Après cette vue d'ensemble, attachons-nous à ce qui va constituer le cadre de notre étude : la Bibliothèque francophone multimédia, et plus précisément le secteur disque dépendant du pôle Art.

## **I.1.2-Au plan local**

### **a- Présentation de la Bfm**

A Limoges, La Bfm est née de la rencontre d'une volonté politique affirmée en matière de culture et du programme lancé par l'État pour financer la construction de bibliothèques municipales à vocation régionale (loi du 13 juillet 1992 sur les BMVR). Limoges fait partie des douze villes retenues sur des critères relatifs à l'ampleur du projet en terme d'architecture) et de rayonnement régional (avec la réalisation de la médiathèque centre-ville par l'architecte Pierre Riboulet, mais aussi sur le choix d'une politique d'équipement et d'acquisition moderne et la mise en place de services liés aux NTIC<sup>10</sup>. L'appellation Bfm<sup>11</sup>, désigne l'ensemble du réseau des bibliothèques de la ville avec un site principal en centre ville, ouvert en 1998, et cinq bibliothèques de quartiers : Beaubreuil, Aurence, La Bastide, Landouge et le Vigenal. On peut également rattacher à cet ensemble la bibliothèque du conservatoire de Région et le Centre de documentation sur l'émail du musée municipal. Nous nous intéresserons principalement dans notre étude à la Bfm centre ville, où nous séjournons, et aux annexes de Beaubreuil et d'Aurence qui seules possèdent des documents musicaux. Le réseau des bibliothèques de Limoges permet la libre consultation de plus de 700 000 documents. Il permet aussi de bénéficier de services divers. Le prêt des documents se fait à titre totalement gratuit, ce qui est rare pour une structure de cette importance (17000 m<sup>2</sup> pour l'ensemble) et une ville de la taille de Limoges. La part du budget de la ville consacrée aux bibliothèques (2,5 %) est d'ailleurs supérieure à la moyenne nationale (1 %). Elle dénote d'une volonté affirmée d'accès à la culture et à la lecture publique

---

7 La fréquentation en questions (Poissenot, Claude, *BBF*, 2010, n° 5, p. 67-72 )

8 Voir document 2 en annexe

9 Voir document 3 en annexe

10 Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication.

11 Voir document 4 en annexe

pour le plus grand nombre<sup>12</sup>.

### **b- La question de la fréquentation**

L'ouverture en 1998 de la nouvelle médiathèque centre-ville, bâtiment prestigieux, réussite architecturale, espace confortable et moderne, conduit à une explosion des inscriptions. Le nombre des inscrits est doublé, passant d'environ 32 000 à 61 571 en 2000. Il est à noter que le taux de fréquentation des bibliothèques à Limoges reste supérieur à la moyenne française (17,5 %) avec 47 918 inscrits pour 230 000 habitants, soit 21 % de la population. Les nombres de prêts classent même la Bfm parmi les toutes premières bibliothèques au niveau national. Cela est sans doute dû à une vraie tradition de lecture, associée aux métiers du livre, avec ses imprimeurs et ses bibliothèques populaires et aujourd'hui ses manifestations autour du livre (Lire en fête). Mais l'attractivité particulière de la Bfm centre-ville, conjuguée à sa gratuité, ne sont certainement pas étrangères à son succès. Toutefois, à l'instar de l'ensemble des bibliothèques publiques en France, la Bfm connaît aujourd'hui un recul de sa fréquentation. Dès 2000, les inscriptions stagnent, jusqu'en 2002 où la décroissance s'amorce. Entre 2003 et 2010 la Bfm centre-ville a perdu 21 % de ses inscrits ( - 4,6 % entre 2009 et 2010). Beaubreuil recule de 28 % et Aurence de 23 %, tandis que les structures plus modestes résistent mieux. La Bastide continue de voir le nombre de ses inscrits augmenter, + 7 % depuis 2003, Landouge gagne 6 % sur l'ensemble de la période, même si elle connaît, elle aussi, depuis deux années consécutives, une baisse : - 4 % pour 2009-2010. Le Vignal, en hausse de 14 % jusqu'en 2009 a perdu 7 % entre 2009 et 2010. Le cas du CNR est un peu particulier - le conservatoire dispensant aussi des cours - toutefois les inscrits ont augmenté de 9 %.<sup>13</sup>

On observe globalement, que ce sont les grosses structures qui sont le plus touchées par la baisse de fréquentation, comme ailleurs en France. Faut-il en conclure que les petites bibliothèques, plus proches des usagers, où les bibliothécaires entretiennent un rapport plus familier avec le public, mais aussi moins concurrencées par d'autres lieux attractifs (tels que la FNAC) fonctionnent mieux ? On observe également que ce sont les lecteurs de 14 à 24 ans qui ont le plus régressé en valeur relative : autour de 37 % entre 2003 et 2010, tandis que les lecteurs de 55 ans et plus augmentaient de 18 %. Le public a donc vieilli avec la présence forte des retraités du « baby boom », plus éduqués que les générations précédentes et l'effritement du public jeune. La tranche des 14 à 19 ans a particulièrement baissé entre 2009 et 2010 : près de 7 %. La Bfm reconnaît d'ailleurs dans son rapport annuel 2010 « avoir de grosses difficultés à fidéliser et à renouveler le public ados et jeunes adultes ».

Au niveau des inscrits par catégories socio-professionnelles, les cadres et les professions intellectuelles sont sur-représentés (20 % des inscrits alors qu'ils représentent 8 % de la population). Les plus fortes baisses touchent les ouvriers et les employés tandis que les cadres sont en augmentation : ces chiffres indiquent que la médiathèque « pour tous » doit encore œuvrer afin d'atteindre un public plus large, d'une culture sans doute moins livresque. A ce propos, il est à noter l'importance du pôle Art en terme de prêts puisqu'il en totalise plus de la moitié en 2010 : 458 996 sur 870 834 pour l'ensemble de la Bfm. Cela peut signifier deux choses : la première, c'est la part considérable prise par les nouveaux supports, CD et DVD dans les nombres

---

<sup>12</sup> Limoges est classé au 9<sup>ème</sup> rang en terme de surface utile, 13<sup>ème</sup> pour les prêts, alors qu'elle n'est que 31<sup>ème</sup> pour sa population (chiffres 2008 de l'ADBGV: Association des Directeurs des Bibliothèques municipales et intercommunales des Grandes Villes de France)

<sup>13</sup> Voir document 5 en annexe



de prêts. La deuxième renvoie à l'importance de ce pôle dans le fonctionnement général de la médiathèque. Entre 2003 et 2010 le pôle Art est le seul à connaître une progression de 12 % tandis que les autres régressent ou stagnent. Toutefois depuis 2009 (après 2008, année de forte augmentation mais où la possibilité d'emprunt a doublé : 20 documents contre 10 auparavant) les chiffres sont à la baisse : - 1 % pour 2009-2010. Le DVD n'est pas concerné par cette inflexion, il reste le document le plus dynamique avec +41 % entre 2004 et 2010. A l'inverse, les documents sonores sont en régression depuis 2004 : - 26 % en 2010.

Les bibliothécaires du pôle Art, même si la majorité des usagers passe encore par eux pour les prêts, n'ont pas besoin de consulter les chiffres de la fréquentation pour observer une certaine baisse d'activité et ils se souviennent d'un temps où être au prêt, certains jours, relevait d'une activité mécanique et harassante. Ils constatent que les CD sont moins empruntés qu'autrefois, essentiellement par le public jeune. Il est d'ailleurs tentant de mettre en rapport la baisse de fréquentation des moins de 19 ans et le moindre intérêt suscité aujourd'hui par le CD. Nous ne disposons pas toutefois d'études nous permettant d'établir avec assurance un lien direct entre ce public absent et un désintérêt de plus en plus marqué pour ce support.

Nous devons à présent, afin de comprendre ce qui pourrait en partie expliquer le désintérêt qu'affichent un nombre croissant d'ados pour le secteur disque de la Bfm, aller à leur rencontre. Quitter l'espace institutionnel de la médiathèque et regarder du côté d'Internet et des sites qu'ils ont investi, des outils qu'ils utilisent quotidiennement. Ce faisant nous nous intéresserons au marché du disque dont la crise reflète celle des bibliothèques musicales traditionnelles.

## I.2- Les pratiques d'écoute actuelles

Associées à l'écran, dans le nouveau rapport qu'entretiennent les ados à la communication et à la culture, les pratiques d'écoute actuelles impliquent dématérialisation de l'échange<sup>14</sup> et instantanéité. En outre, l'enquête 2008 d'Olivier Donnat sur les pratiques culturelles des français établit qu'au cours de la période 1997-2008 « ...l'intérêt pour la musique a continué à progresser : 34% des français en écoutent tous les jours ou presque (hors radio) contre 27 % onze ans plus tôt. Le boom musical amorcé dans les années 1970 s'est poursuivi et ses ondes de choc ont continué à se propager dans la société française avec l'avancée en âge des générations qui l'ont porté. En devenant numérique, la musique a encore gagné en accessibilité : les nouvelles possibilités de stockage, d'échange ou de transfert d'un support à l'autre ainsi que la multiplication des supports d'écoute, du téléphone portable à l'ordinateur en passant par le lecteur MP3, ont favorisé une intégration toujours plus grande de la musique dans la vie quotidienne, au domicile mais aussi pendant les temps de transport et pour certains le temps de travail également. <sup>15</sup>» Olivier Donnat dit plus loin : « Il paraît incontestable que les facilités offertes par les équipements nomades et le caractère naturellement multitâche de l'ordinateur ont favorisé une certaine musicalisation de la vie quotidienne, permettant à une partie importante de la population jeune de vivre dans un bain musical plus ou moins permanent. <sup>16</sup>» Il est «audible» que l'on est passé «d'une société du son discontinu à une société de la sonorisation continue et permanente<sup>17</sup>» grâce à un progrès technique qui semble n'avoir pas de limite, en terme de performances. Ce qui signifie plus de liberté pour beaucoup au prix d'un marasme de l'industrie du disque.

### I.2.1-Nouveaux outils, nouveaux médias

#### a- Le marché du disque

Selon le SNEP, le Syndicat National de l'Édition Phonographique, le marché du disque a perdu 40 % de sa valeur depuis 2002. Confronté à la perte de maîtrise de sa production par le développement sur Internet du téléchargement illégal, l'industrie du disque tarde à réagir de façon constructive, et les faibles revenus du *streaming*<sup>18</sup> et du téléchargement légal ne suffisent pas à combler ce manque à gagner. Manque d'inventivité ou refus de voir la réalité en face, le disque paraît glisser inexorablement vers une mort considérée par certains comme naturelle. Si l'on en juge par la difficulté qu'éprouvent les professionnels du disque et la loi (Hadopi) à contrecarrer un tel mouvement libertaire, on se dit que vouloir maintenir le marché du disque dans ses vieux schémas est illusoire. Pourtant la tendance protectionniste ne s'avoue pas vaincue. Elle est incarnée par Pascal Nègre, PDG d'Universal Music et grand allié d'Hadopi qui déclare : « *Quand on voit des gens qui écoutent 35 fois la même chanson, vous vous dites qu'au bout d'un moment, le gars, il faut qu'il aille acheter le titre.* »

Pour quelques spécialistes, dont Patrick Zelnik, PDG de Naïve<sup>19</sup>, le CD pourrait à l'avenir continuer d'exister dans les domaines du Jazz ou du Classique où les auditeurs restent attachés au support physique, au

14 ...et non pas des supports, voir musique et Internet (Rettel, Gilles, *BBF*, 2002, n° 2, p. 45-50)

15 PCF 2008, chapitre 5 : Radio et écoute de musique p. 118

16 Ibid. p.130

17 Du phonographe au Mp3 /Ludovic Tournès

18 Lecture en continu sans téléchargement

19 Label français indépendant

livret souvent plus étoffé que dans d'autres genres musicaux. Certaines maisons de disques misent d'ailleurs sur la valeur esthétique du *packaging*.

Pour l'heure, le paysage musical sur le web se partage entre un téléchargement illégal toujours plus indétectable et une tendance pour les plateformes légales de musiques en *streaming* (Deezer, Spotify, Jiwa), qui jusqu'alors résistaient aux pressions des Majors, à limiter leur nombre d'écoutes gratuites et à développer des offres payantes (à l'unité ou par abonnements mensuels). Un effort jugé encore insuffisant par les maisons de disques qui, bien qu'attachées dans leurs discours au modèle traditionnel, investissent de plus en plus dans des formats adaptés au web et préparent leur avenir en dehors du disque.

### **b- Les nouveaux outils**

L'arrivée de la chaîne hifi au début des années 70, marque le début d'un « boom musical » indissociable de la culture jeune. Avec le Walkman à cassette de Sony (traduit par « baladeur » en France) le caractère nomade de l'écoute musicale voit le jour. Au début des années 80, le développement du Compact Disc révolutionne la musique enregistrée, qui bénéficie alors des performances du numérique mais appartient encore à la famille des phonogrammes. Le Discman de Sony, nouvelle génération de baladeurs se substitue progressivement au Walkman, dont le nom reste attaché à ce type d'appareil portatif. Naturellement, la jeunesse adopte ce mode d'écoute qui loin de toute mélomanie permet à la musique d'être présente partout en devenant la bande son du quotidien. A partir des années 90, l'informatique prend le pas sur l'électronique dans le domaine musical et l'ordinateur se substitue de plus en plus à la chaîne hifi. Début 2000, l'Internet haut débit bouleverse la donne et, associé au format de compression mp3, permet la circulation rapide de fichiers audios, l'écoute, l'acquisition et l'échange de musique. Apparaît alors, successeur logique du walkman, le baladeur numérique ou baladeur mp3 (ou « mp3 » tout court) qui, grâce à ses possibilités de stockage et d'échange autorise une consommation jusqu'alors inconnue de musique. Pourtant, ce mode d'accès par *streaming* et téléchargement nécessite une compression des fichiers avec perte d'une partie des données :

*« ...le fameux MP3 réussit le prodige de nous ramener aux premiers âges, en nous faisant accepter bon gré mal gré, pour la consommation courante, une baisse manifeste de la qualité de la restitution du son.<sup>20</sup> »*

De nouveaux produits ne cessent alors d'être développés, toujours plus performants, offrant des fonctionnalités multiples « *au croisement de la culture, de l'entertainment et de la communication interpersonnelle.*<sup>21</sup> » Ils se nomment Mp4<sup>22</sup>, baladeurs multimédias et ils permettent de visionner photos et vidéos. Il y a le célèbre iPod d'Apple et son application iTunes, les baladeurs concurrents d'Apple qui ont adopté le format WMA<sup>23</sup> de Microsoft et les formats libres tels que Ogg. Le téléphone portable se transforme aussi, il devient smartphone (mobile à écran tactile) et permet de surfer sur Internet, tel un ordinateur de poche. Aujourd'hui, l'Internet mobile s'est d'ailleurs fortement développé puisque 38 % des internautes l'utilisent contre seulement 20 % en 2008 (source INSEE). En 2010, selon le SNEP, 45 % des français

20 Du phonographe au Mp3 /Ludovic Tournès

21 PCF 2008

22 Extension des fichiers vidéo au standard MPEG-4.

23 Windows Media Audio

consomment de la musique en ligne. Sur ce chiffre la grande majorité (74 %) est représentée par les 15-24 ans qui utilisent à 31 % le mobile comme support d'écoute. Par ailleurs, 77 % de l'écoute se fait en *streaming* pour les 15-24 ans avec 44 % de téléchargement et 42 % de visionnage de vidéos musicales. On constate donc que le *streaming* et le téléchargement sont essentiellement le fait d'une population jeune. Il est d'ailleurs à noter que parmi les ventes numériques de musique, 38 % concernent le téléchargement de sonneries de mobiles (chiffres SNEP).

*« L'arrivée de l'Internet à haut débit et des appareils nomades plurifonctionnels confirme la règle générale vérifiée dans les années quatre-vingt avec le magnétoscope ou le baladeur et dans les années quatre-vingt-dix avec les consoles de jeux et les ordinateurs : les jeunes générations sont les plus nombreuses à s'emparer des nouvelles technologies et des nouvelles offres facilitant l'accès aux images et à la musique.<sup>24</sup> »*

Ces nouveaux outils alliés à Internet présentent un avantage redoutable sur les bibliothèques en supprimant la notion de temps dans l'accès à l'information et au document. Il y a le temps de l'instantané, celui de l'Internet et le temps de l'attente, celui de la bibliothèque traditionnelle.

### **c- les nouveaux médias et fournisseurs de contenus musicaux**

Internet est le pourvoyeur généreux de tous les contenus qui alimentent ordinateurs, tablettes, smartphones et iPod. Les jeunes internautes ont le choix entre sites commerciaux de téléchargement, légaux ou pas, plates-formes de téléchargement gratuit, services d'écoute de musique en ligne, radios sur le web, sites d'informations ados, labels ou sites de musiques indépendantes, etc.

- Les magasins de musique en ligne

Ils se nomment iTunes Music Store, FNACMusic ou Starzik et ils pratiquent la vente en ligne de musique par album ou par morceau. L'idée révolutionnaire est de proposer la vente au détail quand pour un CD il faut acheter l'intégralité de l'album. Il s'agit là d'une nouvelle conception de la musique où l'écoute en boucle de tubes prime sur la prise en compte globale d'une œuvre. Un autre modèle existe : Le système de l'abonnement qui pour environ 10 € par mois permet des acquisitions illimitées. Cette formule de Napster du « online jukebox » correspond toutefois plus à de la location qu'à de la vente, la jouissance de l'œuvre étant soumise à la durée de l'abonnement.

iTunes store se présente comme le premier magasin de musique au monde (la médiathèque iTunes,) et prétend disposer « de tout ce qu'il faut pour se divertir et se cultiver. Quand et où vous le voulez. » iTunes store nous invite à dire : « adieu aux encombrants CD »

- Les plates-formes de téléchargement ou magasins de musique libre et gratuite

Certaines plateformes commerciales proposent du téléchargement gratuit, mais au titre de produit d'appel et à grand renfort de publicité. Pour l'essentiel ce sont les plateformes de musique libre telles que Dogmazic ou Jamendo qui grâce aux licences de libre diffusion<sup>25</sup> autorisent gratuitement le téléchargement

---

24 A propos de PCF 2008 (Donnat, Olivier, BBF, 2010, n°5, p.6-12)

25 Une licence libre s'applique à une œuvre de l'esprit par laquelle l'auteur concède tout ou partie des droits que lui confère le droit d'auteur. (wikipedia) : voir <http://fr.creativecommons.org/>

d'artistes indépendants.

- Les sites d'écoute en *streaming*

Ces sites, tels Deezer ou Spotify permettent l'écoute de musique à la demande. Diverses fonctionnalités y sont associées telles que la création de *playlists*. Depuis peu, sous la pression des Majors, Deezer n'autorise que 5 heures d'écoute gratuite par mois.

- Les logiciels P2P (Peer to Peer)

Ils permettent l'échange de fichiers musicaux entre internautes. Il s'agit d'une pratique dont l'illégalité a été fortement contestée car non conforme à l'esprit libertaire du web. La loi Hadopi s'efforce de combattre le téléchargement illégal mais elle est contournée par divers moyens, dont le cryptage des échanges.

- Les gestionnaires de Torrent

Ce sont des plateformes de téléchargement illégales, gratuites ou payantes, comme Megaupload, situé à Hong Kong, qui échappe à la législation française.

- Les sites ados

Ce sont des sites dédiés à la culture ado, on y trouve une variété de services et les réseaux sociaux (Facebook, Twitter) sont toujours présents, tel **Ado.fr**. Ils sont attractifs et peuvent être entièrement dédiés à la musique comme **2Kmusic** par exemple qui réunit vidéos YouTube, textes de chansons, chroniques d'albums, forums ou encore **Rap2France**.

- Les webradios

Il s'agit de radios sur le web tournées vers les ados telles **Skyrock, NRJ, Ado.fm, Goom radio, Last fm**. On y trouve une diversité de services : réseaux sociaux, Mashup (agrégation d'informations relatives aux artistes provenant de diverses sources), vidéos importées de YouTube, photos importées de Flickr, biographies empruntées à Wikipedia, flux importés (type annonces de concerts) discographies importées d'Amazon, possibilités de contribution à l'écriture d'articles, bootlegs (concerts filmés qualité broadcast), etc.

On le voit, l'offre musicale en ligne, associée à de multiples services et à toutes les fonctionnalités que permet le web est d'une redoutable attractivité pour les ados. Richesse et diversité des contenus, accès instantané et gratuit (le plus souvent), rapidité et convivialité des échanges correspondent à ce qu'ils attendent.

### **I.2.2-Un nouveau public**

Mieux connaître un public afin de mieux le satisfaire et ainsi l'inciter à fréquenter la bibliothèque nous semble nécessaire. Qui sont les ados d'aujourd'hui ? Sont-ils différents de ceux d'hier ?

L'adolescence, cet âge à la fois « enfantin et sérieux » apparaît dans les sociétés occidentales et modernes, au XIXe siècle. Mais c'est à partir des années 50 aux Etats-Unis (avec les *teenagers*) qu'elle devient un phénomène de société associé à un certain nombre de codes qui ont traversé les générations, et dont une caractéristique importante est de se construire en opposition au monde adulte. S'il n'y a pas un seul profil d'ado pour chaque génération, chacune d'elle toutefois au cours du XXe siècle s'est caractérisée par des particularités propres. Dès 1950, provocations et revendications contre toutes les institutions s'expriment

déjà. Dans les années 60, la musique s'installe dans la culture jeune. Les années 70 voient la politisation de la jeunesse avec ses chanteurs engagés (les fameux *protest singers*). Les décennies 80 et 90 marquent la fin des 30 glorieuses, elles sont celles d'une certaine désillusion et d'une profonde transformation du paysage audiovisuel. Avec l'arrivée du troisième millénaire, on entre dans le monde de l'Internet, du virtuel, de la technologie et des médias, mais aussi des « digital natives » ou natifs du numériques. On parle pour cette génération du troisième âge médiatique<sup>26</sup>. Quelques caractéristiques psychologiques relient toutes ces générations d'adolescents : le besoin de confiance, d'écoute, de responsabilité autant que d'autorité et de limites pour se construire. Mais quel est donc aujourd'hui cet âge de l'adolescence ? Le questionnaire<sup>27</sup> sur les ados que nous avons distribué dans et hors la médiathèque donne de leur part des réponses assez diverses : 11 à 17, 12 à 16, 14 à 18, 12 à 23 ans, etc. Tout aussi variables sont les limites de l'âge de l'adolescence pour les organismes qui les étudient ou s'y intéressent : INSEE<sup>28</sup> : 15 à 19 ans, BVA<sup>29</sup> (les jeunes et le téléchargement illégal) : 15 à 25 ans, KAISER Family Foundation<sup>30</sup> : 8 à 18 ans, PEW Internet<sup>31</sup> : 12 à 17 ans, SNEP<sup>32</sup> : 15 à 24 ans, selon une étude anglaise pour la carte musique : 12 à 18 ans.

Certaines particularités psychologiques propres à l'adolescence sont à considérer si l'on veut comprendre certaines attitudes, notamment dans leur rapport à des institutions telles que la bibliothèque. Il y a dans le comportement social d'un adolescent, théoriquement trois phases<sup>33</sup> :

- Une phase d'opposition, entre 12 et 13 ans pour les filles, 12 et 15 ans pour les garçons, se manifestant par un mouvement régressif au cours duquel l'adolescent est imprévisible, avec refus et mépris de tout ordre établi, vols, provocations. Ceci a pour but une certaine prise de conscience de soi.
- Une phase d'affirmation du moi, entre 13 et 16 ans pour les filles, 15 et 17 ans pour les garçons, période de revendication du « je veux » avec demande d'indépendance, de liberté, conflit de générations, on discute beaucoup ; mégalomanie, affabulation, idéalisation. Générosité et égoïsme.
- Une phase d'insertion, entre 16 et 18 ans chez les filles, 18 et 20 ans chez les garçons avec identification à l'adulte, moins d'idéalisation et réalisation de l'indépendance affective.

De nombreuses enquêtes insistent sur la spécificité de l'univers culturel des jeunes. Ils sont les principaux usagers des nouvelles technologies et l'usage d'Internet transforme radicalement leur rapport à la culture, confortant ce besoin d'indépendance, d'autonomie qui ce faisant approfondit la crise vis à vis des médiateurs culturels (école et bibliothèque). Par ailleurs Internet permet d'entrer en relation avec une

---

26 <http://www.cratyle.net/fr/2007/11/27/les-medias-et-les-trois-finalites/>

27 Voir en annexe

28 Institut national de la statistique et des études économiques

29 Institut de sondage français

30 Institut américain d'études sociales

31 idem

32 Syndicat national de l'édition phonographique

33 Source : formation pour infirmier de secteur psychiatrique / cours de Mr Giffard

communauté virtuelle qui peut devenir plus importante que la famille réelle<sup>34</sup>. Selon Dominique Pasquier<sup>35</sup> la « culture jeune est en rupture avec la transmission culturelle familiale et avec la transmission d'une culture scolaire humaniste : l'influence des adultes a été remplacée par la pression du groupe sur les choix individuels. Il faut connaître les mêmes chanteurs, regarder les mêmes émissions télé, se conformer pour s'intégrer. Tous les signes (vêtements, coiffure, musique, langage) sont décryptés par les pairs et vous classent dans la tribu des rappeurs, des skatteurs ou des gothiques. »

Les digital natives, les adolescents d'aujourd'hui, s'ils sont nés en 1995 et ont 16 ans en 2011, ont toujours connu Internet, la photo numérique, avaient 6 ans à l'arrivée du haut-débit et des baladeurs mp3. Ils sont parfaitement familiarisés avec le matériel informatique, les logiciels multimédias. Ils ont la culture du don, de l'échange, du partage (hors des circuits traditionnels de diffusion et de distribution), de la mobilité, de l'accès sans fil et de la communication. En 2011, 94 % des 12-17 ans disposent d'une connexion Internet à la maison, 86 % des lycéens ont un compte facebook, 80 % des 12-25 ans sont membres d'un réseau social. 80 % des jeunes de 15 ans ont un mobile.<sup>36</sup> Ils revendiquent une autonomie qui les éloigne des institutions et leur fait consulter leurs pairs avant d'écouter les experts : la façon dont cette génération cherche, trouve et découvre de nouvelles musiques a changé.

Quelle peut alors être leur relation à la bibliothèque ?

---

34 Cultures adolescentes (Guinery, Annick, BBF, 2008, n° 2, p. 87-88)

35 Cultures lycéennes : la tyrannie de la majorité (Pasquier, Dominique, BBF, 2005, n° 5, p. 95-97)

36 Internet, usages des jeunes, citoyenneté, éducation, 23 mars 2011 /Michel Guillou

## II- Adolescents et bibliothèques

Quel accueil la bibliothèque réserve-t-elle à ses adolescents ? Comment les adolescents la perçoivent-ils ? Répondre à ces deux questions peut nous permettre de prendre toute la mesure du rapport qu'entretiennent cette institution et son public. Nous commencerons par un point de vue global sur les bibliothèques avant de nous recentrer sur la Bfm et sa section disque.

### II.1- Une vue d'ensemble

Patrick Jones qui est consultant et expert en bibliothéconomie jeunesse aux États-Unis depuis plus de 30 ans déclare que : « *La première erreur que commettent les bibliothécaires est de considérer les adolescents comme un problème qu'il faut régler plutôt que comme une clientèle à servir.* »<sup>37</sup> On voit ici qu'il peut exister un rapport conflictuel en bibliothèque avec ce type d'usagers et que cela implique une gestion délicate. En effet, il n'est tout d'abord pas facile d'amener les adolescents à pousser les portes de ce temple, il sera ensuite difficile de les y maintenir en les acceptant pour ce qu'ils sont : un public généralement complexe, exigeant et parfois turbulent.

Interrogeons-nous d'abord sur ce qui peut éloigner l'adolescent de la bibliothèque. On sait que tout jeune français fait ses premiers pas en bibliothèque avec l'école ou les parents, généralement dans un contexte pédagogique. Ce peut être plus tard la première cause d'éloignement, à un âge où la structure scolaire est vécue comme un carcan. L'adolescent a de la bibliothèque une représentation extrêmement convenue. Elle est pour lui le lieu du livre, de l'étude et du silence. Les médiathèques d'aujourd'hui ne sont plus les bibliothèques d'hier mais certains clichés demeurent et même s'il n'éprouve pas forcément de grief à son encontre, au mieux elle ne l'intéresse pas. Qu'irait-il faire en bibliothèque ? Le CDI est déjà bien suffisant. Par ailleurs l'adolescence, cette période de rupture avec l'autorité, qu'elle soit parentale ou institutionnelle, s'accompagne d'une montée de l'individualisme et d'une remise en cause des valeurs culturelles. Toutes choses qui l'opposent à la bibliothèque. C'est le temps des copains, de la pression du groupe, de la tyrannie des pairs. Or, s'il est jugé sans intérêt d'aller à la bibliothèque, pourquoi se démarquerait-on des autres ? L'adolescent a des goûts nouveaux et il n'est plus dans le temps de la lecture, jugé trop lent. L'enquête sur « les 11-18 ans et les bibliothèques municipales »<sup>38</sup> montre que pour eux la bibliothèque est essentiellement faite pour les jeunes qui font des études, ou qui n'ont pas de place pour travailler à la maison. Dans leurs représentations elle n'est pas le cadre de leur expression personnelle, mais celui du travail scolaire.

Lorsque l'ado se rend en bibliothèque, il y éprouve un sentiment d'étrangeté. Les repères manquent. Il est désorienté et ne sait pas à qui s'adresser. Il est intimidé, a peur d'être rappelé à l'ordre et sent bien que son langage n'est pas adapté à l'endroit. Sa perception du bibliothécaire est d'ailleurs un peu stéréotypée. Il y voit un métier ennuyeux et très passif. Pour lui, le bibliothécaire type est une bibliothécaire, aimant la lecture, avec de solides connaissances littéraires et effectuant un travail ennuyeux dans un lieu très calme. La question du genre se pose d'ailleurs très fortement en bibliothèque. Fréquentée davantage par les filles, gérée essentiellement par un personnel féminin : pour les garçons elle est un lieu à forte connotation féminine. De

---

37 Voyage au pays des bibliothèques (Pluie de science n°40/hiver 2010)

[http://www.spst.org/pluiedescience/0110/0110\\_01.html](http://www.spst.org/pluiedescience/0110/0110_01.html)

38 les 11-18 ans et les bibliothèques municipales/Repaire Virginie, Toutou Cécile.



plus, dans la construction de leur identité virile ils privilégient l'extériorisation là où les filles sont plus intériorisées. On comprend alors que les adolescents mâles dans l'expression de cette extériorisation soient mal perçus et ne se sentent pas à l'aise en bibliothèque. On touche ici à la question de l'accueil des groupes de garçons et de la prévention compréhensible que l'on observe à leur égard. Elle contribue à leur rendre difficile l'appropriation de ce lieu. L'inadéquation du modèle de la bibliothèque avec l'intégration des ados est également rendue sensible par l'absence d'un cadre adapté et d'une offre spécifique. Le simple fait qu'il n'existe dans la plupart des bibliothèques officiellement qu'un plateau adulte ou qu'un plateau jeunesse est parlant.

Les reproches adressés par les ados à la bibliothèque lorsqu'ils s'y rendent sont divers. Nous citerons le manque de nouveautés : « *on peut globalement penser que le décalage dans le temps entre le moment où se diffusent des formes d'expression et celui où les bibliothèques les proposent, et le font savoir, conduit à créer une distance (réelle et subjective) entre les jeunes et les bibliothèques.*<sup>39</sup> », de diversité du fonds, le manque de suivi dans les séries, l'indisponibilité des documents, le manque de lisibilité dans le classement des documents, le mauvais état de certains documents, les contraintes liées à l'inscription, à l'emprunt dont les délais sont jugés trop courts. Les ados n'hésitent pas à établir une comparaison entre bibliothèques et grandes surfaces spécialisées qu'ils trouvent plus attractives, plus lumineuses, plus colorées, plus spacieuses. Il y règne une ambiance musicale et on y éprouve un sentiment de liberté qui n'existe pas en bibliothèque. Le choix documentaire est plus large en grande surface, mieux présenté, on trouve les nouveautés facilement. On peut écouter de la musique sur des bornes, parler fort avec ses amis. L'attente des adolescents selon l'enquête sur « les 11-18 ans et les bibliothèques municipales » va dans le sens de ce que proposent aujourd'hui les bibliothèques du nord de l'Europe : Un espace dédié aux ados (78 % le réclament, surtout les 11-14 ans) pour se retrouver entre soi, discuter, se distraire, mais aussi un cloisonnement d'espaces juxtaposés qui permette soit le travail dans un lieu calme, soit la détente dans un espace plus ludique pour le groupe. La bibliothèque idéale pour ce public, qui peine à imaginer qu'elle puisse exister, est spacieuse, colorée, ouverte sur l'extérieur, diversifiée et proposant des activités multiples. Les ados demandent à être surpris et à avoir le choix.

Patrick Jones considère que les bibliothécaires qui travaillent avec la clientèle jeunesse ont le devoir de respecter leurs jeunes clients et les besoins qui leur sont propres. « *Cela veut dire comprendre leurs besoins et mettre en place des services qui aideront à les combler. Respecter les besoins des adolescents implique aussi que les ressources présentées en bibliothèque, qu'elles soient documentaires ou autres, reflètent leurs intérêts.* » L'utilité de la bibliothèque paradoxalement n'est pas contestée par le jeune public, ni même par les non-fréquentants. Il s'agit d'une institution qui dans l'inconscient collectif des ados à sa place, même si pour certains elle ne leur est pas personnellement utile. Mais en connaissent-ils toujours toutes les ressources ? Patrick Jones estime également que l'aménagement d'un espace physique propre aux ados est nécessaire, distinct en cela de l'espace enfant qui tend précisément à l'infantiliser, et de l'espace adulte où il manque de repères. Aux États-Unis, les services qui leur sont destinés sont en expansion et la catégorie *teens* existe dans les bibliothèques<sup>40</sup>.

Dans leur étude<sup>41</sup>, Virginie Repaire et Cécile Touitou indiquent quatre pistes de travail pour les

---

39 La fréquentation en questions (Poissenot, Claude, *BBF*, 2010, n° 5, p. 67-72 )

40 Voir la bibliothèque de Mac Cracken (Kentucky) : <http://www.mclib.net/>

bibliothèques afin d'attirer et retenir les adolescents :

1. Placer l'ado au cœur de la réflexion en évitant l'adultocentrisme et prendre en compte le public non-inscrit.
2. S'ouvrir davantage aux pratiques de loisir, de culture et de communication propres aux ados contemporains et susceptibles d'attirer un public de garçons. Faire un classement, une mise en valeur des documents à laquelle ils soient sensibles. Faire une offre Internet débridée. Faire du contenu dématérialisé une ressource documentaire comme une autre.
3. Donner une vision plus claire de l'offre existante par une signalétique efficace. Impliquer les ados dans le fonctionnement de la bibliothèque par des clubs, un blog et les faire participer aux acquisitions, proposer des idées d'animations. Communiquer afin de changer le préjugé passéiste sur la bibliothèque. Utiliser les réseaux sociaux.
4. Valoriser les usages détournés et former un référent «publics ados» dans l'équipe.

## II.2- Quelle place pour eux à la Bfm ?

Les usagers de la Bibliothèque francophone multimédia, jouissent d'une situation privilégiée avec un bâtiment en centre-ville moderne et spacieux. Il s'agit d'une médiathèque extrêmement attractive pour qui la découvre. Un modèle pour d'autres bibliothèques. On peut donc considérer qu'elle dispose d'une multitude d'atouts. Les annexes de Beaubreuil et d'Aurence sont, quant à elles, implantées dans des quartiers populaires à la périphérie de Limoges et elles sont anciennes (+ de 25 ans). Il est donc difficile de les comparer en terme d'image, même si Beaubreuil dispose d'une cyberbase<sup>42</sup> très fréquentée par les jeunes. Quand à l'annexe d'Aurence elle doit être entièrement rénovée. En conclusion, l'impression générale, lorsqu'on les interroge est que les Limougeauds apprécient leur médiathèque<sup>43</sup>. Cela ne signifie pas pour autant que les adolescents y trouvent leur place.

Plaçons-nous maintenant dans la situation d'un ado ou plutôt d'un groupe d'ados non-inscrit, imaginons qu'ils sont originaires des quartiers périphériques populaires de la ville et simplement curieux de savoir ce qu'est une médiathèque (situation qui a dû se produire à l'ouverture de la Bfm en 1998). Quelle pourrait être leur impression ?

- Il se peut dans un premier temps qu'ils passent devant le bâtiment en ignorant qu'il s'agit bien de la médiathèque, à part si on leur a donné quelques éléments de description « le grand cube de verre à côté de la mairie. » Il s'agit d'un cas extrême, mais il est vrai qu'aucune signalétique extérieure n'identifie la Bfm.

« On peut passer devant, on ne sait pas que c'est une bibliothèque<sup>44</sup> »

- l'aspect officiel du bâtiment, un peu froid, peut intimider.<sup>45</sup>

« c'est plus facile de pousser la porte du Leclerc que celle d'une bibliothèque »

---

41 cf supra

42 <http://www.cyber-base.org/institutionnel/home.do>

43 Voir vidéo « paroles d'utilisateurs » [http://www.dailymotion.com/video/xior9s\\_bfm-paroles-d-utilisateurs\\_tv](http://www.dailymotion.com/video/xior9s_bfm-paroles-d-utilisateurs_tv)

44 Les bibliothèques municipales en France après le tournant Internet/Bruno Mareca p.163

45 Ibid p.110

- Le barrage de la banque d'accueil et des portiques antivols peut les dissuader d'entrer. L'accès est-il vraiment libre ?
- Il peut être rebutant de devoir s'inscrire, fournir des documents, sans compter la question de l'autorisation parentale jusqu'à 16 ans. Il peut être rebutant de se conformer au règlement intérieur, notamment pour la question de la durée des emprunts et des lettres de rappel qui peuvent leur apparaître menaçantes (comme à l'école).
- Ils comprennent rapidement qu'il doivent se comporter selon des règles : ne pas faire de bruit, ne pas boire, ne pas manger, etc. Dans le cas contraire, on saura le leur rappeler.
- Ils ne voient dans cet espace de la Bfm, bien qu'agréable, aucun signe d'appartenance à la culture jeune (contrairement à la FNAC). Dans la partie qui est la plus à même de retenir leur attention (le pôle Art), les CD sont classés de manière indifférenciée, à plat (pas de relief), pas de *facings* (ce qui attire l'œil en magasin) et les nouveautés y sont peu mises en valeur.
- Les possibilités d'écoute sont réduites, découvrir un artiste suppose donc qu'on emporte des CD qui ne plairont pas forcément. De plus les CD sont fragiles, il faut en prendre soin.

Ce qui frappe dès lors qu'on s'intéresse à la question des ados à la Bfm, c'est le fait qu'ils sont très peu nommés, très peu considérés en tant que catégorie d'usagers. En cela notre médiathèque ne se distingue pas de l'ensemble des bibliothèques françaises. Nous trouvons dans le programme des manifestations « etc... » les catégories adulte et jeunesse, mais ici par jeunesse il faut entendre enfance. Le contenu des manifestations atteste bien qu'elles s'adressent même souvent aux enfants jeunes - on sait qu'il est de tradition en bibliothèque de s'intéresser tout particulièrement à ce public « docile », curieux et lecteur en devenir. Il n'existe donc pas à la Bfm d'animations ou d'expositions qui soient spécialement dédiées à leurs aînés. Curieusement les ados apparaissent un peu en bibliothèque comme le chaînon manquant entre enfants et adultes. Il faut toutefois noter l'existence sur le site web de la Bfm du blog ado «Tropstylé !», une porte d'entrée pour ce public. N'oublions pas non plus que le pôle jeunesse dispose d'un coin ados, avec des mangas et des BD qu'un certain nombre d'entre eux fréquente. On peut toutefois se demander comment ils perçoivent le fait d'être en pôle jeunesse ? On sait que l'adolescence est un âge où l'on n'aime pas être infantilisé.

Du point de vue des professionnels de la médiathèque le public ado serait-il « persona non grata »? Car s'il n'est pas forcément à l'aise en bibliothèque, les professionnels, eux non plus, ne le sont pas toujours avec les ados. Pour quelles raisons ?

1. Il s'agit d'un public parfois turbulent. Le problème de la médiation se pose alors. Quel accueil faut-il réserver aux ados ?
2. Il s'agit d'un public difficile à cerner en terme de goûts (liés à une actualité galopante), un public exigeant avec des envies qui correspondent mal aux priorités documentaires expertes des bibliothécaires. Il sait ce qu'il aime et n'aime pas. Il faut donc viser juste dans le choix des acquisitions.

3. Il s'agit d'un public qui à des goûts liés aux réseaux sociaux (facebook, myspace), à la rencontre, au « fun », à la valorisation personnelle, assez éloignés de ce que propose une bibliothèque traditionnelle en termes d'espace, de cadre et de repères.
4. Se pose alors la question de services adaptés, nouveaux, plus ludiques qui peuvent apparaître comme étrangers aux missions classiques de la bibliothèque.

Les problèmes que peut poser l'ado en bibliothèque ne sont-ils pas comparables à ceux qu'il pose à la société, dans sa famille, à ses parents ? Dans ses errements, ses contradictions, ses difficultés à communiquer, ses insolences, ses rejets et ses engouements. Malgré toutes ces difficultés que connaissent bien les parents concernés, il est rare que leur réaction soit le rejet mais plutôt la tentative de compréhension, une certaine tolérance et l'accompagnement vers l'âge adulte. Si la bibliothèque n'a pas à remplir ce rôle difficile et complexe de parent, ne doit-elle pas s'en inspirer par une attitude responsable ?

Les éléments généraux que nous avons abordé jusqu'à présent nous amènent maintenant à réfléchir à la question du rapport des ados à la section disque de la Bfm.

## **II.3- Les adolescents et la section disque : où est le problème ?**

Nous tenterons ici de prendre en compte les éléments défavorables à la présence des ados à la section disque.

### **II.3.1-L'accueil d'un public spécifique**

L'accueil en bibliothèque est déterminant pour « accrocher » et fidéliser un public. Il joue sur une corde très sensible. Les bibliothécaires sont-ils « sympa », souriants, détendus ? Savent-ils aller au devant des usagers pour les renseigner ? Donnent-ils l'impression de s'intéresser à eux, de les prendre en considération ? Transmettent-ils un peu de chaleur dans un univers qui en manque parfois ? Les adolescents même s'ils jouent la désinvolture et paraissent peu attachés au respect des codes adultes, sont malgré tout sensibles à la façon dont on les accueille et à la communication qu'on établit avec eux.

Nassira Hedjerassi, maître de conférences en sciences de l'éducation à Strasbourg déclare : « *la relation entre le personnel de bibliothèque et les ados est objet de tension, d'ambivalence, de méconnaissance et de malentendus, d'où une distance générationnelle, sociale et sexuée<sup>46</sup> entre les « deux parties »<sup>47</sup>.*

Comment gérer un public qui vient à la médiathèque, plus attiré par le charme du lieu, le potentiel de rencontres et l'accès gratuit à Internet que par l'offre documentaire ? Un public de « séjournateurs » parfois difficile à gérer car ni adulte (avec le sérieux que cela suppose), ni enfant (donc généralement sous le contrôle d'un adulte) bien qu'immature. Le pôle Art représente sans doute pour les ados l'espace le plus attractif de la Bfm (avec les postes Internet du rez de chaussée), le plus proche de ce qu'ils aiment : pas trop de livres sur les étagères, un côté ludique, plus grand magasin que bibliothèque. Ils y viennent pour flâner, rencontrer quelqu'un, amis ou inconnus. La bibliothèque a-t-elle intérêt à retenir ce public qui ignore les bon usages du lieu ? Doit-elle le chasser au prétexte que qui n'emprunte pas, ni ne consulte, n'a rien à faire en bibliothèque, surtout s'il tend à perturber les usagers normaux ? Le pôle Art garde le souvenir d'une bande de jeunes de

<sup>46</sup> Le personnel de la Bfm est féminin à plus de 80 % pour un public qui l'est à 60 %. Voir aussi « Les BM en France après le tournant Internet », p. 78

<sup>47</sup> Cultures adolescentes (Guinery, Annick, BBF, 2008, n°2, p.87-88)

Beaubreuil venue pour « draguer », voir et se faire voir et qui a posé rapidement des problèmes de comportements en « squattant » l'artothèque. Confronté à cela que peut faire un bibliothécaire qui n'est pas formé pour jouer les médiateurs sociaux ? La réponse a été de leur faire comprendre que leur attitude n'était pas tolérable. Ils se sont donc déplacé dans la médiathèque, de place en place, et à chaque fois refoulés, ils ont fini par quitter les lieux pour ne jamais y revenir. Rétrospectivement l'équipe en garde un souvenir d'échec. Il aurait fallu savoir communiquer, tempérer les comportements sans faire fuir. Ce n'est pas simple. La question de l'autorisation parentale pour l'inscription des adolescents peut parfois également se révéler draconienne en termes d'accueil. Lorsqu'un jeune est en rupture familiale et vit dans un foyer, peut-il espérer s'inscrire à la médiathèque ? Certaines situations limites montrent qu'il y aurait des aménagements à faire afin de donner aux ados une certaine autonomie.

Qui dit accueillir, dit limiter les barrières entre public et personnel. La barrière peut être physique : la banque de prêt qui coupe et met en position de sollicitant l'utilisateur, l'intimide (on est timide à 16 ans). Elle peut être psychologique ou linguistique lorsqu'on utilise avec un jeune le vocabulaire professionnel.

### **II.3.2-Le lieu, les repères**

Le pôle Art a effectivement beaucoup de charme avec sa passerelle, son espace largement ouvert, avec ses DVD, ses CD, ses écrans, ses fauteuils cosy et ses tableaux d'artistes. On sent bien quand on arrive au niveau mezzanine que la décontraction est autorisée. On a quitté l'espace studieux de la Bfm et on aborde un lieu qui pourrait rappeler une grande surface spécialisée en produits culturels si ce n'était quelque chose d'austère dans le maintien. « - Vous avez des CD ? - Oui, de l'autre côté de la passerelle - Ah, merci, je les voyais pas » Il est vrai que la signalétique est discrète. Dans le projet architectural élaboré pourtant en collaboration avec des bibliothécaires, elle a été prévue sur un mode mineur. Point de kakemono pour barrer l'horizon ni de *facing* comme à la FNAC. Il en résulte une absence de repères spatiaux à l'échelle du bâtiment et du pôle Art. On imagine que cela a des conséquences sur l'attractivité du lieu pour des ados habitués à la « pollution visuelle » des grandes surfaces. Le mobilier pour les CD est lui même établi sur un plan entièrement horizontal qui permet, il est vrai, une meilleure surveillance de la part des discothécaires mais n'autorise pas le *facing*. Cela donne à l'ensemble de la collection de CD un aspect monolithique où tous les genres musicaux paraissent indifférenciés.

### **II.3.3-Les services**

Quels sont les services existants en direction des ados au pôle Art ? Si l'on ose encore la comparaison avec un magasin tel que la FNAC, il est évident que l'absence de postes d'écoute actuellement nuit à l'attractivité de la section disque : il est important de permettre à l'utilisateur de faire une pause en écoutant une musique qu'il aura choisie ou qu'on lui aura conseillée. Ainsi la section disque peut devenir un lieu de séjour. De plus, il n'aura pas à emporter à la maison des CD qui pourraient finalement ne pas lui convenir. Ne pas pouvoir accéder rapidement à la musique que l'on recherche est aux antipodes de la culture des « digital natives ». Soit l'ado sait précisément ce qu'il veut (cas le plus fréquent) et il faudrait idéalement pouvoir le lui fournir, soit il est curieux et il faut encourager cette curiosité en lui proposant l'écoute sur place. Pour l'heure des baladeurs pour CD sont disponibles à la banque de prêt mais ils nécessitent l'enregistrement de l'appareil sur la carte de l'inscrit et ne suffisent pas à compenser l'absence de lecteurs fixes. Quant aux lecteurs de CD en libre écoute qui fonctionnaient jusqu'alors ils ont été détériorés par les usagers eux-mêmes. Une solution

de remplacement paraît nécessaire.

L'animation est un élément clé pour la promotion d'une collection. Elle la fait vivre, lui donne du relief. Elle est la valeur ajoutée qui permet de donner du sens à ce qui n'est sinon qu'une accumulation de documents. L'animation pour des ados en section disque passe obligatoirement par de la musique vivante. Pourquoi est-elle si peu présente à la Bfm ? On sait que la question du son (du bruit ?) en bibliothèque est le sujet de vifs débats. Sans doute est-ce en partie la raison de cette carence avec les questions de budget et de programmation.

La Bfm sur le web propose lemusicbox<sup>48</sup>, une plateforme d'écoute en ligne destinée à la promotion des groupes et artistes régionaux. Elle a été pionnière dans le monde des bibliothèques et mériterait sans doute d'être mise davantage en valeur. Quant à la bibliothèque numérique, elle offre sur sa page auto-formation un onglet musique avec des cours de guitare qui peuvent intéresser les ados.

### **II.3.4-L'offre**

On sait qu'à l'arrivée du disque en bibliothèque dans les années 70, on a ressenti pour justifier la présence de ce support non livresque, la nécessité de lui donner toutes ses lettres de noblesse. Il s'est donc agi de n'acquérir que le meilleur du disque : pour l'essentiel du classique et du jazz. Il en reste quelque chose aujourd'hui où ce n'est qu'avec beaucoup de difficultés que l'on injecte dans le fonds des CD de la musique « grand public ». Il existe un décalage entre les compétences expertes des discothécaires et la nécessité d'acquisitions qui paraissent liées à des phénomènes de modes. Il y a cette idée que tout document acquis doit avoir un potentiel de conservation, et ne pas être obsolète au bout de quelques mois. C'est pourtant particulièrement vrai de la musique ado qui n'a de valeur qu'en termes d'actualité. Ne vaut que ce qui est écouté par le plus grand nombre au même moment. Cela implique donc pour les discothécaires d'avoir une certaine connaissance de cette actualité. L'exemple nous est donné de la découverte tardive du chanteur Canadien de 16 ans, Justin Bieber, star montante des ados. Un autre exemple concerne Lady Gaga, chanteuse provocante du top 10, connue de tous mais néanmoins absente des bacs de la médiathèque.

Le déphasage avec l'actualité peut aussi se jouer en terme de délai entre le temps du désir public et celui de la présence des documents dans le fonds. Ce décalage est dû au cumul des délais : celui de la mise à disposition sur le catalogue des nouveautés, le délai d'attente entre les commandes et les livraisons, à quoi il faut ajouter la périodicité plus ou moins fréquente des commandes.

### **II.3.5-Le réseau**

Le travail en réseau fait partie des missions d'une BMVR. Le réseau permet la circulation de l'information et la mobilisation des énergies. Toutes les structures musicales institutionnelles, toutes les associations musicales ne devraient-elles pas s'inscrire dans un réseau dont la Bfm saurait tirer parti, notamment pour ces animations ?

On a vu que le CNR faisait partie du réseau des bibliothèques de Limoges. Or jusqu'à présent, même si les documents du CNR étaient signalés au catalogue général, il n'étaient en réalité pas disponibles pour les simples usagers de la Bfm non-inscrits au conservatoire. Avec le nouveau système KOHA cela doit changer pour peu qu'une navette permettant l'échange matériel soit mise en place.

---

48 <http://www.lemusicbox.bm-limoges.fr/>

### II.3.6-Les crispations professionnelles <sup>49</sup>

Il s'agit ici de certaines réticences ou malaises liés à l'évolution du métier et qui peuvent s'exprimer dans les domaines que nous avons abordé précédemment. Elles se manifestent au niveau de l'accueil, des acquisitions et d'une certaine conception des services. En effet, si nous parlons de l'accueil du public ado, du fait d'acquérir en masse la musique du top 50 et les artistes à la mode, si enfin nous proposons l'introduction de jeux vidéo en médiathèque nous risquons de nous trouver confrontés à des raideurs venues du fond des âges bibliothéconomiques.<sup>50</sup> Nous décelons une inquiétude liée à l'arrivée de nouveaux outils ou services qui remettraient en cause la compétence actuelle des disothécaires. Les professionnels redoutent une modification en profondeur du métier et il la contestent. « Et si les CD disparaissent que vont devenir les disothécaires ? » semble être la question que se pose chacun.

Pourtant le bouleversement de la dématérialisation n'est pas le premier en bibliothèque musicale. Lorsque dans les années 70 est arrivée la musique enregistrée qui a inquiété les défenseurs de la musique imprimée, lorsque les CD et les VHS puis les DVD dans les années 80 ont trouvé leur place dans ce qu'on a rebaptisé médiathèque, à chaque fois des réticences s'exprimaient.

A propos des bibliothèques « troisième lieu »<sup>51</sup> Jean-Claude Utard nous dit : « ... *Soyons francs, ces propositions sont loin de faire l'unanimité dès qu'on rentre dans le fonctionnement quotidien de nos établissements. Il existe des postures de résistance qui, si elles ne s'expriment guère publiquement, font partie du vécu de la gestion des bibliothèques et des réseaux. On y entend alors que la bibliothèque serait un lieu de résistance face aux évolutions condamnables (et méprisables) du tout-culturel ou du tout-numérique, qu'on devrait y privilégier les valeurs de la vraie culture (qu'on se garde de citer nommément), et qu'enfin les évolutions citées plus haut feront tomber les bibliothèques sous la coupe du libéralisme consumériste. Faut-il donc résister ou s'adapter ? Faut-il une bibliothèque en chêne massif (et déserte) ou en roseau ?* »<sup>52</sup>

Pourtant, la musique n'a pas disparu des bibliothèques et la compétence musicale des bibliothécaires et disothécaires a accompagné chaque changement. Leur expertise a trouvé à s'y exercer. Pourquoi donc s'inquiéter de l'avenir ? Il faut le préparer.

---

49 Voir document 6 en annexe

50 La réception du « discours sociologique » par les professionnels des bibliothèques/Cristina Ion

51 Voir troisième partie

52 *Les pratiques culturelles et les bibliothèques vues de Paris (Utard, Jean-Claude, BBF, 2010, n° 5)*

### III- Perspectives d'avenir

*«... C'est cette créativité qu'il faut soutenir, car c'est elle qui créera les conditions de la nécessaire régénérescence des bibliothèques. Il est en effet vain de tableur sur la capacité de résistance de la bibliothèque comme institution face à l'évolution de notre société et l'érosion durable de la fréquentation»<sup>53</sup>.*

Nous nous devons à présent d'explorer quelques pistes vers le futur. Nous considérerons en premier ce qui nous paraît pouvoir être amélioré, afin de mieux accueillir puis retenir les adolescents au secteur disque et au pôle Art . Nous verrons ensuite quels nouveaux services pourraient prendre place au pôle Art dans un même but. Enfin nous nous projetterons dans une conception encore plus audacieuse de la médiathèque : la bibliothèque « troisième lieu .»

#### III.1- Améliorer l'existant

Dans cette idée de révision de l'existant quelques mots nous viennent à l'esprit : dynamisme, animation et signalétique. Nous croyons en effet qu'à la base de tout progrès il y a une prise de conscience collective et une volonté d'avancer. Nous croyons aux vertus de l'accueil et sommes convaincus de la nécessité d'une signalétique efficace. Il nous semble enfin, que seule la valeur ajoutée de l'animation permet au document de prendre vie en bibliothèque.

##### III.1.1-Penser le lieu

Rendre le pôle Art plus attractif pour tous et particulièrement pour les ados signifie renforcer la signalétique. Idéalement il s'agirait d'occuper la dimension verticale qui pour l'heure n'est pas utilisée. Cela permettrait ainsi de voir d'un point à l'autre du pôle Art ce qui s'y trouve. On saurait ainsi dès l'escalier du rez de chaussée où se trouve le secteur discothèque. A l'échelle des bacs, il serait utile que les grands genres musicaux apparaissent de façon très visible. Pourquoi ne pas mettre les nouveautés en *facing* sur les bacs correspondants. Il faudrait sans doute aller jusqu'à penser une véritable mise en scène muséographique en n'hésitant pas à mêler disques, livres et objets. La visibilité se trouverait un peu réduite depuis la banque de prêt mais le discothécaire est-il là pour surveiller les usagers ? Il ne faut pas oublier que lorsqu'on connaît un lieu comme les discothécaires connaissent le secteur disque, on oublie l'importance de la signalétique. Or il faut capter rapidement le regard. Nous en avons fait l'expérience, se repérer dans ce secteur avec la complexité de toutes les catégories musicales, le classement par pays, par genres et sous-genres, réclame beaucoup d'attention au départ. On peut y perdre patience surtout lorsqu'on est habitué aux efficaces techniques du marketing. Il nous semblerait également judicieux d'afficher de façon visible, au niveau des banques de prêts, quelques informations à propos de questions que se posent régulièrement les usagers, leur évitant ainsi pour les plus timides de s'adresser aux discothécaires ou de rester dans l'ignorance où beaucoup se trouvent, nous l'avons constaté. Cette affiche intitulée « Savez-vous que ? » indiquerait la quantité de documents empruntables, la durée de l'emprunt, la possibilité de réserver et de prolonger les documents sur le site de la Bfm, ce qui serait l'occasion pour certains d'apprendre son existence, ou encore la possibilité de consulter le catalogue à la Bfm et à domicile. Toutes questions qui là encore peuvent paraître évidentes aux professionnels mais que beaucoup se posent ou ne se posent pas étant dans l'ignorance de leur ignorance. Il

<sup>53</sup> La fréquentation en questions (Poissenot, Claude, *BBF*, 2010, n° 5, p. 67-72 )



est à noter que ce travail sur la signalétique nous paraît d'autant plus urgent que le nouveau logiciel de gestion de bibliothèque KOHA précise l'emplacement des documents par secteurs aux usagers.

### **III.1.2-Veiller à l'accueil**

*« La recommandation d'un document suppose des connaissances mais aussi une capacité d'écoute, de dialogue. Il s'agit d'une activité relationnelle délicate. »<sup>54</sup>*

Nous pensons que le succès d'un lieu tel que la médiathèque auprès du public jeune est plus une affaire de communication efficace, de dynamisme dans l'échange, de chaleur humaine, de services adaptés qu'une question d'expertise bibliothéconomique. Nous avons pu observer avec étonnement que très souvent lorsqu'un usager demande un renseignement il s'excuse de déranger le bibliothécaire qui très certainement dans son esprit à mieux à faire. Il faut donc encourager la prise de renseignement de la part du public. Peut être, là encore, faudrait-il annoncer clairement, par voie écrite que les bibliothécaires sont tout disposés à répondre aux diverses questions ? Peut être même le port de badges ou de tee shirts au logo de la Bfm indiquant leur statut encouragerait-il la communication avec le public ? Il va sans dire que le mieux est encore d'aller spontanément au devant du public, surtout des ados qui osent souvent moins que les adultes se renseigner. Aller au devant sans importuner mais en affichant sa disponibilité. Cette attitude est une affaire de goût, de dynamisme, mais aussi de temps disponible. Le moment du classement pourrait-il le permettre ? Ou celui du prêt lorsque on ne se bouscule pas ? Par ailleurs, en terme de proximité, Il faut toujours avoir à l'esprit que le public ne connaît pas ou mal le vocabulaire professionnel. Il faut donc éviter de « jargonner », surtout avec les ados qui sont sans doute moins que les adultes disposés à faire un effort d'adaptation.

### **III.1.3-Faire une offre adaptée**

Connaître le goût des ados suppose de suivre leur actualité, c'est à dire de faire au minimum régulièrement un tour d'horizon des tendances du moment. A défaut de s'immerger dans une culture qui n'est pas forcément la nôtre, il est nécessaire de prendre ses renseignements, au risque de négliger ce type d'acquisitions ou d'en faire de mauvaises. Peut être faudrait-il suivre les conseils éclairés d'ados ? Mais par quel biais ? Il faut savoir quels sont les artistes du moment et s'ils ont sorti un nouvel album. On peut pour cela suivre le top 50, regarder ce qui se télécharge ou s'écoute en *streaming* consulter les sites de musique spécialisés. Les web radios tels que Skyrock et NRJ, les plus écoutées ou ado.fm. Bref, il n'est pas difficile de trouver l'information mais il ne faut pas la chercher dans la documentation professionnelle.

### **III.1.4-Développer l'animation**

Nous croyons que l'animation sous toutes ses formes permet de faire de la bibliothèque un lieu vivant, dynamique, en prise avec l'actualité. Elle donne aux bibliothécaires l'occasion de donner libre cours à leur imagination, leur créativité et elle permet de sortir chacun du train-train quotidien en introduisant l'évènementiel. Toutefois, si l'on pense à certaines manifestations, de type concert, il apparaît qu'un effort d'adaptation des mentalités reste à faire de la part de chacun. Cet effort consiste à accepter que le temple de la culture livresque et de l'étude silencieuse puisse à l'occasion devenir salle de concert ou du moins s'autorise

---

<sup>54</sup> Les natifs du numérique et la musique : la bibliothèque, un média social ? /Blondeau Nicolas. 54 e congrès de l'ABF (12-15 juin 2008). <http://www.slideshare.net/mediamus/les-natifs-du-numrique-et-la-musique-la-bibliotheque-un-mdia-social-471156>

quelques débordements. Pourquoi ne pas programmer des manifestations musicales dans le petit ou le grand auditorium de la Bfm ? L'accent pourrait être mis sur les artistes régionaux que l'on retrouve sur lemusicbox. Il faut faire évoluer ces mentalités qui justement n'incitent pas les ados à venir en bibliothèque ? A ce propos, il nous paraît important de maintenir une ambiance musicale au secteur disque tout au long de la journée afin de montrer que la musique a pleinement droit de cité à la Bfm. C'est aussi l'occasion de faire entendre les nouveautés. L'animation peut aussi prendre la forme d'une exposition sur un style musical apprécié des ados. Les différents pôles pourraient y prendre part de façon transversale dans la mesure où cela les concerne. Des ateliers de musique seraient également possibles dans le petit auditorium mais il faudrait pour cela trouver un animateur compétent.

Promouvoir l'animation autour du secteur disque demande il est vrai de l'énergie, de bonnes volontés, et que les esprits s'accordent, mais cela exige aussi une bonne organisation, de la disponibilité en terme de temps, un budget et par dessus tout une politique de communication concertée et efficace.

### **III.1.5-Favoriser la communication**

La communication est le nerf de la guerre. Elle seule permet d'obtenir des résultats en terme de fréquentation. Or cette communication doit être personnalisée, attractive, en direction d'un public cible. On ne communique pas avec les ados comme avec le troisième âge. Ce qui signifie qu'il faut connaître les codes jeunes pour s'adresser aux jeunes. On ne peut pas, par exemple, se contenter d'une publicité dans « le populaire » si l'on décide de promouvoir une animation pour les ados. Le recours aux flyers (très efficace), aux affichettes à proximité des collèges et lycées, à la radio (sur beaubFM) serait l'idéal. Une bonne communication, des relations détendues entre les membres du personnel nous paraissent devoir être à la base d'un bon travail en équipe. Cette qualité de communication doit également s'exprimer entre pôles et au premier chef entre la médiathèque et sa tutelle. C'est à cette condition que les envies puis les projets peuvent trouver à s'exprimer librement.

### **III.1.6-Renforcer le réseau**

Suivant l'exemple des Mubis<sup>55</sup> (Musikbibliotheken) allemandes qui entretiennent des liens étroits avec l'ensemble des structures musicales locales : bibliothèques de conservatoires, associations de musiciens, formations d'amateurs ou de professionnels au sein d'un réseau dynamique, la Bfm pourrait être au centre d'un système qui fasse la promotion de la musique en Région. Il est vrai que l'histoire des bibliothèques en France n'est pas celle des bibliothèques musicales en Allemagne, tôt créées dans un contexte d'éducation musicale généralisée. En France les discothécaires souffrent d'un certain isolationnisme au sein des bibliothèques et vis à vis de l'ensemble des structures musicales régionales. Sans vouloir égaler les Mubis qui sont tout à la fois des musées, des sociétés de concerts et des établissements pédagogiques, le secteur disque de la Bfm pourrait s'en inspirer et tenter de se penser en terme de coordination avec les autres acteurs de la vie musicale en Région. Le discothécaire aurait alors un rôle de médiateur à jouer. Nous pensons à un resserrement des liens avec le CNR et ses jeunes musiciens au niveau des animations à la médiathèque, par exemple. Pourquoi ne pas instituer des liens avec le chargé de mission pour la musique de la DRAC, Culture en Limousin, avec l'ensemble des associations musicales de la Région ? Nous pensons encore à un rapprochement avec le dynamique SIEMD<sup>56</sup> (Syndicat Intercommunal pour l'Enseignement de la Musique et

55 Les bibliothèques musicales publiques : le modèle allemand /Marcel Marty - ENSSIB, 1999

56 <http://www.siemd.com/>

de la Danse) à Feytiat, dans le cadre d'un partenariat à définir.

### **III.1.7-Innover en matière de services**

En matière de services innovants, la Bfm dispose d'une offre de musique en ligne dont le contenu peut intéresser un public ado : nous citerons principalement Dogmazic<sup>57</sup> et lemusicbox. Dogmazic propose de la musique libre de droit en écoute ou téléchargement, lemusicbox se présente comme un jukebox virtuel ; il s'agit d'une création de la bibliothèque de Beaubreuil destinée à exposer et promouvoir les artistes de la région Limousin. Il nous paraît important de soutenir une initiative telle que lemusicbox. Peut-être, en lui donnant une plus grande visibilité et en l'impliquant dans les animations. On peut s'interroger sur le succès de la musique en ligne auprès des ados depuis le site de la Bfm, mais la création de *playlists* par les discothécaires sur Deezer seraient une manière de rendre visible la bibliothèque à travers un site d'écoute en ligne très populaire. Dans les projets d'acquisitions, il est à noter que la bibliothèque numérique envisage un abonnement à musicMe, une plateforme d'écoute et de téléchargement dédiée à la musique ado. Une telle proposition nous paraît correspondre pleinement à leur attente mais il faudrait qu'une réelle promotion et mise en valeur accompagne cette offre.

Une innovation susceptible d'intéresser les adolescents pourrait aussi intégrer la création artistique. Nous pensons à la possibilité de lancer un atelier de création musicale assistée par ordinateur (MAO) en lien éventuellement avec l'atelier multimédia. Le succès de la musique électronique auprès d'une partie du public ado lié à la montée des pratiques amateurs - et cela grâce aux possibilités offertes par l'informatique - laisse penser que le résultat pourrait être positif. Nous sommes là encore conscients que ce type de service requiert des moyens humains en la personne d'un animateur compétent. Le prêt d'instruments de musique, de guitares par exemple, en lien avec la parthèque qui dispose déjà de partitions sous forme de tablatures, associé à des méthodes pour débutants permettrait à un public jeune de s'essayer à la pratique instrumentale - la durée du prêt devant être suffisante pour permettre au musicien en herbe de savoir s'il veut persévérer. Les instruments destinés au prêt pourraient être exposés, ce qui donnerait à notre section disque une attractivité supplémentaire. Des panneaux d'affichage pour des annonces liées à la musique pourraient également être prévus. Bien que n'ayant pas de lien avec la musique mais certainement avec le public adolescent, nous pensons également à l'intérêt que susciterait un atelier de création de mangas.

### **III.1.8-Moderniser, dynamiser le site**

Les qualités graphiques d'une page d'accueil sur Internet jouent énormément sur l'envie d'explorer le site. Cela est d'autant plus vrai pour un public ado habitué à des pages flamboyantes, remuantes, dynamiques, où l'image l'emporte sur le texte. La page d'accueil de la Bfm, même si elle réunit des qualités d'information, d'accès rapide à la rubrique souhaitée, dans un habillage agréablement coloré, ne correspond pas vraiment à ce qui existe aujourd'hui sur la plupart des sites de grandes bibliothèques. Il s'agit ici plus d'une présentation de type brochure imprimée que d'une page web moderne. Le site de la bibliothèque de Rennes<sup>58</sup> est un bon exemple de ce qui se fait de mieux, foisonnant d'images dynamiques qui réagissent au passage du curseur, des onglets avec menus déroulants. Les réseaux sociaux y sont à l'honneur (facebook, Twitter), ainsi que YouTube et flickr. Le site des bibliothèques municipales de Grenoble est également d'une grande richesse, il propose un accès privilégié à la bibliothèque musicale en ligne bmlol dont nous parlerons

57 <http://www.dogmazic.net/index.php?op=edito>

58 <http://www.bibliotheque-rennesmetropole.fr/>

plus loin. Nous pourrions encore citer les bibliothèques et médiathèques de Montpellier, Toulouse, Poitiers, Saint Raphaël, Troyes et Reims. La liste est longue de celles qui jouent la carte du « look » et des fonctionnalités web. Pour revenir à notre problématique : les ados et la musique en bibliothèque, nous citerons l'exemple de la bibliothèque municipale de Lyon qui propose dès l'accueil un onglet intitulé «musiqu'azimuts<sup>59</sup>». Il s'agit d'une page entièrement dédiée à la musique, à toutes les musiques, sous des dehors graphiques plutôt « jeunes ». L'explorateur musical, ainsi se définit-il, nous propose alors le programme des animations musicales de la bibliothèque, la liste des nouveautés, les coups de cœurs des discothécaires, des articles de fond, l'actualité musicale de la ville, des sites web à découvrir, mais surtout une recherche dans le catalogue par genres musicaux, puis sous-genres et ainsi de suite. Une telle possibilité de recherche nous paraît excellente pour les ados qui ont généralement un genre musical préféré.

Tenter de porter un regard clairvoyant sur l'ensemble du secteur disque et d'imaginer ce qui pourrait être fait pour le public adolescent passe par quelques améliorations de l'existant mais aussi et surtout par l'acquisition de nouveaux moyens.

### III.2- Acquérir et développer de nouveaux moyens

L'avenir de la section disque semble compromis auprès des adolescents si elle ne se redéfinit pas en section musique. La fin d'un support ne signifie pas la fin de la musique en médiathèque. Les discothécaires doivent donc élargir leurs compétences en proposant au public un véritable espace dédié à la musique. Il devra proposer un accès à des ressources dématérialisées et une véritable bibliothèque musicale en ligne. Le tout s'inscrivant dans un pôle Art redéfini où le jeu et la culture adolescente auraient leur place.

#### III.2.1-Les nouveaux outils, la musique numérique

*« Il serait vain de vouloir concurrencer les offres commerciales, c'est un combat perdu d'avance. Mieux vaut donc faire de la bibliothèque musicale un lieu de médiation autour de la musique, une expérience unique, une balise permettant de donner du sens au flux ininterrompu qui sourd d'internet. »<sup>60</sup>*

Le secteur discothèque, qui pourrait évoluer en secteur musique, ne peut pas devenir une FNAC bis. Il ne s'agit pas d'une entreprise commerciale, elle ne dispose donc pas des mêmes moyens financiers et ne poursuit pas les mêmes buts. Elle doit toutefois, face à la désaffection du support CD par les jeunes publics, proposer de nouveaux moyens d'écoute plus attractifs. Les bornes d'écoute sont une solution déjà mise en œuvre dans certaines médiathèques et on pourrait imaginer qu'à terme le CD ne touche plus qu'un public mélomane (amateur de hifi) et plus âgé.

Nous allons voir deux solutions proposées aux bibliothèques : Pragmazic et Cristalzik.

Les bornes **Pragmazic** : minimazic et automazic. sont des bornes interactives permettant d'écouter et de télécharger de la musique libre. Le catalogue est constitué de titres originaux sous licence de libre diffusion (ou licence ouverte à distinguer de la musique libre de droits). La Bfm propose déjà Dogmazic dans son offre de musique en ligne or Pragmazic en est une émanation : Dogmazic est un portail géré par

59 <http://www.bm-lyon.fr/musiquazimuts/>

60 Gilles Rettel directeur de MSAI (Multimédia, son, audiovisuel et informatique)

l'association « musique libre », il fait la promotion de la musique libre avec une prédominance des musiques actuelles, Pragmazic est un prestataire de solutions multimédias matérielles et logicielles. Pourquoi alors ne pas proposer l'équivalent du contenu en ligne sur une borne à proximité du secteur disque ? La présence d'une borne, objet physique, ne pourrait que plaire au public ado, friand de technologie, elle constituerait un élément attractif dans le secteur disque qui pourrait alors trouver un second souffle pour peu que la signalétique y participe. Gradignan est célèbre dans le monde des bibliothèques pour avoir osé en 2007 l'expérience de la musique « dématérialisée » en libre écoute et en téléchargement. Elle en tire aujourd'hui un bilan assez positif puisque elle a pu constater l'intérêt du jeune public pour cette expérimentation. La médiathèque de Gradignan propose donc un catalogue en licence ouverte (Dogmazic), gratuite à l'écoute et au téléchargement mais aussi des artistes et labels indépendants relevant de la SACEM<sup>61</sup>, ceci grâce à un partenariat avec Pragmazic et CD1D, une fédération qui soutient la création indépendante et défend la diversité musicale. Gradignan a conclu un marché public qui lui permet d'acquérir pour 50 €, avec chaque œuvre d'artistes SACEM, le CD physique et le fichier en écoute et téléchargement sur la borne. Une autre formule à 30 € propose le CD et un fichier de deux titres. Par ailleurs un accord avec la SACEM stipule que l'écoute est gratuite mais le téléchargement payant (0,07 centimes d'euro par titre téléchargé). Les bornes Pragmazic disposent de multiples fonctionnalités : la recherche par style, par groupe, par label et région et la possibilité de création de *playlists* par les discothécaires. A Gradignan, ces *playlists* peuvent être écoutées, téléchargées sur des lecteurs mp3 prêtés par la médiathèque ou gravées sur CD. Il ressort des possibilités offertes par les bornes Pragmazic que seuls les artistes et labels indépendants sont au catalogue. Inutile donc d'y chercher les artistes du top 50, généralement signés par les majors. Le logiciel Cristalzik offre lui d'autres possibilités.

Le logiciel **Cristalzik** peut être installé sur tous types d'ordinateurs, sur des tablettes tactiles ou des bornes interactives. Il est hébergé sur le serveur de l'établissement et permet à l'utilisateur de consulter le fonds de CD dans la mesure où il a été numérisé. On voit tout l'intérêt d'un tel système qui permettrait de remplacer les lecteurs de CD pour une écoute sur place, autoriserait la mise en valeur des nouveautés et la création de *playlists* par les discothécaires. Il garde un lien direct avec le support CD, pouvant favoriser son emprunt. Il s'agit par ailleurs d'un système ludique qui ne peut que plaire aux ados et aux enfants : une douchette intégrée au logiciel permet de scanner un CD pris dans les bacs sans avoir à entrer le nom de l'artiste et le titre de l'album. Après reconnaissance l'écoute est alors possible. On voit là encore que ce système incite à chercher dans la collection de disques une œuvre. On peut également faire une recherche par mots clés correspondant au genre recherché : une sélection de titres est alors proposée. De la même manière que Pragmazic, Cristalzik permet le téléchargement légal d'une musique libre de droits favorisant de la sorte les artistes indépendants. Un autre gros atout de ce logiciel est de résoudre en partie la question de la conservation. Cristalzik a été expérimenté à la médiathèque d'Epernay en octobre 2010 et il en ressort qu'une médiation a été nécessaire pour faire comprendre au public le lien entre musique en écoute et collections. Les jeunes ont été les premiers à s'intéresser à ce nouveau service. « *les adolescents qui ne parvenaient jusqu'alors pas à se retrouver dans notre offre, on trouvé dans cet outil une réponse à leurs attentes* <sup>62</sup> ». La borne peut même susciter un attroupement. Il faut expliquer aux jeunes que ce système ne fonctionne pas avec Internet et que par conséquent tout n'est pas accessible, seul l'est ce qui a été numérisé. On comprend

---

61 Société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique

62 Journée d'étude du 11 avril 2010 sur l'expérience Cristalzik à Epernay

donc que le fonctionnement de ce logiciel réclame une actualisation régulière de la part des discothécaires : numérisation des nouveautés, création éventuelle de *playlists*, etc.

### **III.2.2- Une bibliothèque musicale en ligne**

Une bibliothèque musicale en ligne est un site de valorisation, ou de médiation numérique des collections musicales d'une bibliothèque ou d'un réseau de bibliothèques. bmol (bibliothèques musicales on line) fédère l'ensemble du réseau des bibliothèques de Grenoble. Elle en est un bon exemple. Le principe est celui d'un site de bibliothèque associé à un blog. On y trouve une diversité de rubriques : une sélection commentée d'un album à découvrir et d'un album de la semaine, une rubrique « musique à Grenoble » avec une sélection des groupes de la scène locale, présentation des albums, chroniques et vidéos, une rubrique « musique en bibliothèques » avec les animations et concerts qui s'y sont produits, « vos suggestions » qui permet aux habitués du site de proposer des acquisitions, une sélection d'artistes Grenoblois à écouter sur une *playlist*. On trouve également des archives sonores, c'est à dire des comptes rendus enregistrés d'animations, de concerts et de rencontres organisés dans les bibliothèques, « bmol TV » qui rassemble toutes les vidéos tournées par l'équipe bmol. On ne saurait évaluer l'impact d'une telle initiative sur la fréquentation des sections discothèques de la ville de Grenoble mais l'impression qui en ressort est assez positive. Peut-on imaginer une bibliothèque musicale sur le site de la Bfm réunissant les compétences des discothécaires de l'ensemble du réseau Bfm et pouvant d'ores et déjà être alimenté par le musicbox et Dogmazic ? Une telle création faite dans un esprit jeune pourrait avoir un certain succès auprès des ados.

### **III.2.3- Un secteur ado ou ludothèque**

Notre problématique de départ était les ados et la section discothèque à la Bfm. Dans notre recherche prospective nous l'avons élargie à la musique en général. On peut maintenant s'interroger sur la pertinence qu'il y aurait à aborder la question d'un secteur organisé autour de l'idée de culture ado en bibliothèque. En effet, tout nous semble lié dans le rapport qu'entretient la médiathèque avec ses adolescents. Tout ce qui se rapporte à une vision ludique de la culture devrait trouver place dans un ensemble réunissant musique, presse spécialisée et jeux. Les adolescents sont demandeurs d'espaces dédiés où ils pourraient se rencontrer, se retrouver et échanger. Ce concept s'inspire du monde du divertissement, de la technologie, de la culture au sens le plus large. Le livre risque d'y occuper une place de plus en plus relative, concurrencé par d'autres ressources documentaires : films, musique, jeux, etc. Des espaces d'un genre nouveau vont alors apparaître préfigurés à la Bfm par l'espace multimédia, la section DVD et disque. Ces espaces pourraient se nommer ludothèques et les ados y auraient une place privilégiée. Ce nouveau type de services suppose la présence (discrète) de médiateurs informés et sensibles à la culture ado. La place des ados à la médiathèque on l'a vu est difficile à définir, on ne sait trop quoi leur proposer. Quels sont leurs centres d'intérêts ? Un ensemble de choses qu'on ne trouve pas en bibliothèque : les réseaux sociaux, la musique en ligne et les jeux vidéo. Pourtant les jeux vidéo font maintenant partie de la culture populaire et il y en a pour tous les âges et tous les goûts. Même si certains fonctionnent sur le principe d'actions violentes, beaucoup sont beaux, sophistiqués et éducatifs. Ils sont alors l'œuvre de créateurs : informaticiens et infographistes, scénaristes, dessinateurs et compositeurs, comme dans l'industrie du cinéma. Fort de ce nouveau principe selon lequel il faut maintenant que les bibliothèques aillent vers leur public, pourquoi les jeux vidéo ont-ils encore tant de difficultés à être acceptés par les bibliothécaires ? Les bibliothèques de Saint-Raphaël et Montpellier sont pionnières en France en proposant depuis 2007 des tournois sur site ou via Internet. Le jeu vidéo y est devenu une

animation régulière entraînant de nouvelles inscriptions en bibliothèque de la part des jeunes. Il faut insister auprès des réfractaires au jeu vidéo sur des arguments tels que : le jeu vidéo est un produit culturel à part entière, les bibliothèques doivent impérativement attirer de nouveaux publics, le jeu vidéo est un vecteur de modernité pour la bibliothèque qui doit évoluer.

### III.3- Vers un nouveau modèle

L'hypothèse de l'évolution de la bibliothèque grâce à de nouveaux services, la part croissante de la fréquentation des non-inscrits et non-emprunteurs, nous amènent à imaginer ce que pourrait être la Bfm de demain. Une médiathèque où les adolescents auraient leur place et seraient considérés comme des acteurs du développement culturel, un lieu de flânerie, de rencontre, une place publique dotée de services attractifs, un médium social.

A l'origine, il y a la Bpi, pourrait-on dire. Il est vrai qu'elle continue, plus de 30 ans après son invention, d'indiquer le chemin de la modernité. On parle de « beaubourisation<sup>63</sup> » des bibliothèques quand on considère la place prise par les lecteurs de la presse, de la bande dessinée, les spectateurs de films sur place, ceux qui viennent pour étudier confortablement, consulter Internet, s'autoformer ou se former. Tout cela s'observe à la Bfm qui tend à devenir, de plus en plus, un lieu de vie (voir le groupe de retraités près de l'accueil), un espace de travail, de loisirs culturels et de sorties familiales.

#### III.3.1-Les bibliothèques troisième lieu

*« Globalement, le rapport aux œuvres en bibliothèque doit être une expérience unique. La bibliothèque, c'est ce qu'on ne peut pas faire sur le web. Les bibliothèques troisième lieu ne disent pas autre chose. « L'usager est appréhendé comme un client dont il s'agit de gagner les faveurs, en lui procurant des "moments forts" » rappelle Mathilde Servet en parlant des Discovery Center anglais. Le pire serait de vouloir entrer en concurrence avec Internet.<sup>64</sup> »*

La généralisation d'Internet et la montée du tout numérique ont eu des conséquences, on l'a vu, sur le monde des bibliothèques : une crise de la fréquentation et un déficit d'image qui ont amené à de nombreuses remises en cause et l'émergence d'une idée : il faut entièrement repenser la bibliothèque de demain.

**La bibliothèque troisième lieu** représente pour beaucoup le modèle à suivre : Une médiathèque aux compétences élargies. Il s'agit d'un concept venu des États-Unis, la « third place library », développé par le sociologue Ray Oldenburg. Quelques projets phares tels que le « fil rouge »<sup>65</sup>, la bibliothèque centrale de Hjoerring au Danemark, ont vu le jour, principalement au Royaume-Uni, aux Pays-Bas et en Europe du Nord. Le caractère social de ce type de projet est prédominant ; l'idée est de renouer avec les anciens rituels sociaux mis à mal par l'individualisation des modes de vie actuels. La bibliothèque troisième lieu se veut donc véritable lieu de vie, espace ouvert et confortable, repère urbain fort où chacun est appelé à séjourner : on parle du « living room » de la cité. En phase avec les nouveaux moyens de communication, dont chacun peut disposer, elle est un médiateur culturel proposant espaces de culture, d'information, de formation, d'apprentissage, de détente, de loisir, de débat et de co-création avec les usagers. Bien qu'ouverte aux

63 Formule de Jean-Marie Privat

64 Rettel, Gilles, « Le problème des bibliothèques » », *BBF*, 2010, n° 6, p. 54-57

65 <http://www.bibliotekerne.hjoerring.dk/>

techniques de marketing pouvant assurer sa promotion, la bibliothèque troisième lieu est un espace non marchand, un lieu de mixité sociale, neutre et démocratique : elle doit favoriser la rencontre, l'échange et la découverte. Accessible à tous, ce lieu doit permettre à toutes les générations de se rencontrer, comme sur la place d'un village. Elle est située au cœur du quartier qu'elle dessert et a une amplitude horaire maximum : 7 jours sur 7.

Les trois caractéristiques principales de la bibliothèque troisième lieu sont :

- Un ancrage physique fort, en contrepoint d'une société de la dématérialisation. Ce nouveau type de bibliothèque, fille naturelle de la médiathèque se veut gaie comme une grande aire de loisir. L'architecture et le design jouent sur la couleur, la transparence, le confort, voire l'excentricité, tranchant ainsi avec l'image de sérieux et d'austérité de la bibliothèque classique. Elle est un lieu profane. Elle est organisée selon le principe du « zoning » : alternance de vastes plateaux, d'espaces plus modestes et de niches intimistes. Un espace qui autorise la cohabitation de publics et d'usages divers.
- Une vocation sociale affirmée, puisqu'on tout incite à s'y retrouver ou s'y rencontrer. C'est un lieu de vie à l'image de nos galeries marchandes, on y trouve des cafés. La bibliothèque troisième lieu remplit par ailleurs une mission citoyenne en proposant de l'alphabétisation, des formations, des aides à la recherche d'emploi et même des aides aux devoirs. Elle travaille en partenariat avec les associations locales, les écoles et la presse locale. La DOK <sup>66</sup> de Delft aux Pays-Bas a un slogan qui pourrait être celui des bibliothèques de demain : « notre meilleure collection c'est les gens ».
- une nouvelle approche culturelle, qui célèbre la nouvelle ère de l'« infotainment », mêlant l'information à la distraction. Ce concept inhabituel en France n'est pas fait pour surprendre dans les Pays du Nord qui ont rompu depuis longtemps avec une vision élitiste de la culture. Les bibliothèques troisième lieu s'adressent à un usager déculpabilisé, désinhibé et omnivore.

**Les bibliothèques d'univers** font partie de cette nouvelle catégorie de bibliothèques. Leur appellation met l'accent sur l'organisation spatiale du lieu, en zones aménagées de façon contrastée. Chacune d'elles permet une pratique dédiée : un espace d'étude silencieuse, un autre pour l'échange verbal ou l'activité de groupe, un espace de jeux, etc. Pour chaque « univers » l'ambiance et le mobilier sont adaptés indiquant ainsi sa destination.

**Les Idea stores** sont une invention anglaise. Il s'agit de la première chaîne de bibliothèque au monde dont le nom soit déposé. Le concept de « store » indique bien que ce nouveau type de structure s'inscrit dans une logique consumériste totalement assumée. L'Idea\_store<sup>67</sup> de Whitechapel à Londres, établi dans un quartier à forte population d'immigrés, œuvre dans le sens de leur intégration sociale. Dans les missions des Idea store trois axes sont mis sur un plan égal : la bibliothèque, la formation et l'information. Le prêt de documents est en libre service et tout comme les bibliothèques troisième lieu des Pays du Nord, les Idea store se veulent des lieux vivants, accessibles à tous : ils sont ouverts 7 jours sur 7, équipés de cafés, de crèches, de salles de formations et de salles de sport.

Nous voyons que dans une perspective d'évolution qui tendrait à faire de nos bibliothèques (et pourquoi

---

66 <http://www.dok.info/>

67 <http://www.ideastore.co.uk/>



pas de notre Bfm ?) un lieu de vie intégré, totalement ouvert sur la cité, ses pratiques de loisirs et de travail, les ados auraient une place privilégiée. En France, Angoulême et Thionville sont les premières villes à se lancer dans l'aventure de la bibliothèque troisième type.

Bruno Maresca<sup>68</sup> déclare que « *le potentiel d'attractivité des bibliothèques et leur aptitude à être perçues comme des lieux de loisirs et de convivialité sera décisif pour leur pérennité. La bibliothèque doit sortir du mode monofonctionnel comme les bibliothèques anglo-saxonnes qui favorisent l'empirisme, le pragmatisme à la bibliothéconomie* ».

---

68 Les bibliothèques municipales en France après le tournant Internet/Bruno Maresca

## **Conclusion**

Au terme de notre réflexion sur la place des adolescents en section disque à la Bfm, force est de constater que le public des ados de Limoges, à l'instar de l'ensemble des « digital natives », paraît avoir pris définitivement ses distances avec le support CD. Le questionnaire que nous avons soumis à une cinquantaine d'adolescents ne laisse que peu de doutes à ce sujet. A la question « avec quoi écoutez vous de la musique ? » 98 % ont répondu : sur mon lecteur mp3. Pour quelle raison un public qui trouve à se fournir en terme de musique de manière simple et efficace grâce à la dématérialisation des échanges s'embarrasserait-il d'un support vieillissant ? Nos conclusions quant aux solutions qui pourraient être envisagées afin d'attirer les adolescents en section disque comportent trois volets : le premier consiste à améliorer et enrichir ce qui est déjà proposé. En se plaçant dans une optique de mise en valeur du disque et d'accueil personnalisé de ce public. Le deuxième vise à introduire de nouveaux services susceptibles de faire évoluer le secteur disque en secteur musique voire en secteur loisir à destination des ados. Le troisième envisage la médiathèque dans son ensemble comme un lieu attractif pour tous, gai et moderne, riche de multiples possibilités et où la culture serait admise de manière démocratique. Un véritable lieu de vie en phase avec le monde et où les adolescents trouveraient naturellement leur place.

## Références bibliographiques

### I-Les nouvelles données culturelles

**ALIX Yves, PIERRET Gilles.** Musique en bibliothèque. Paris : Cercle de la librairie, 2002

**MARESCA Bruno.** Les bibliothèques municipales en France après le tournant Internet : attractivité, fréquentation et devenir. Paris : Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou, 2007. (Études et recherches)

**MARESCA Bruno.** « Les enquêtes de fréquentation des bibliothèques publiques », BBF, 2006, n° 6, p. 14-19 [en ligne] <<http://bbf.enssib.fr/>> Consulté le 11 juillet 2011

**EVANS Christophe, GAUDET Françoise.** « Mesurer l'audience des bibliothèques municipales », BBF, 2006, n° 6, p. 20-23 [en ligne] <<http://bbf.enssib.fr/>> Consulté le 11 juillet 2011

**POISSENOT Claude.** « La fréquentation en questions », BBF, 2010, n° 5, p. 67-72 [en ligne] <<http://bbf.enssib.fr/>> Consulté le 11 juillet 2011

**Bibliothèque francophone multimédia de Limoges.** Rapport annuel 2010

**TOURNES Ludovic.** Du phonographe au mp3 : une histoire de la musique enregistrée. Paris : Autrement, 2008

**DONNAT Olivier.** Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique : enquête 2008. Paris : La Découverte / Ministère de la Culture et de la Communication, 2009

**HERSENT Jean-François.** « Les pratiques culturelles adolescentes », BBF, 2003, n° 3, p. 12-21 [en ligne] <<http://bbf.enssib.fr/>> Consulté le 13 mai 2011

**TOUITOU Cécile.** « Les nouveaux usages des générations internet : », BBF, 2008, n° 4, p. 67-70 [en ligne] <<http://bbf.enssib.fr/>> Consulté le 11 juillet 2011

**BLONDEAU Nicolas.** Les natifs du numérique et la musique : la bibliothèque, un média social ? 54 e congrès de l'ABF (12-15 juin 2008) [en ligne] <http://www.slideshare.net/mediamus/les-natifs-du-numrique-et-la-musique-la-bibliothque-un-mdia-social-471156> > Consulté le 11 juillet 2011

**VERGES Emmanuel.** Nouvelles pratiques de l'écoute musicale. Arles : Actes sud, 2007. (La pensée de midi, n°22)

**La radio et les adolescents.** <http://www.slideshare.net/acriromero/la-radio-et-les-adolescents>> Consulté le 11 juillet 2011

**RETTEL Gilles.** « Musique et Internet », BBF, 2002, n° 2, p. 45-50 [en ligne] <<http://bbf.enssib.fr/>> Consulté le 11 juillet 2011

**M. GIFFARD.** Formation en ligne pour infirmier de secteur psychiatrique : les adolescents [en ligne] <http://psychiatriinfirmiere.free.fr/infirmiere/formation/psychologie/cours/adolescence.htm> > Consulté le 11 juillet 2011

**DE BEAUVILLE Pierre.** Guide des cultures ados à l'usage des adultes. Paris : Dangles, 2011

**PASQUIER Dominique.** Cultures lycéennes : la tyrannie de la majorité. Paris : Autrement, 2005

**GUINERY Annick.** « Cultures adolescentes », *BBF*, 2008, n° 2, p. 87-88  
[en ligne] <<http://bbf.enssib.fr/>> Consulté le 11 juillet 2011

## II-Adolescents et bibliothèques

**REPAIRE Virginie, TOUITOU Cécile.** les 11-18 ans et les bibliothèques municipales. Paris : Bibliothèque publique d'information, 2009

**POISSENOT, Claude.** Adolescents et bibliothèque : quel genre de fréquentation ? [en ligne] <http://thematic.hautetfort.com/media/02/01/82743800.pdf> > Consulté le 11 juillet 2011

**COOK, SHERRY J., PARKER, R. Stephen, PETTIJOHN, CHARLES E.** « Les jeunes ados et la bibliothèque publique », *BBF*, 2008, n° 6, p. 81-86  
[en ligne] <<http://bbf.enssib.fr/>> Consulté le 14 mai 2011

**CAILLOT Audrey.** L'accueil des adolescents dans le réseau des bibliothèques de la ville de Paris. Formation initiale de bibliothécaire d'État. Lyon : enssib, 2007 [en ligne] <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/document-1674> > Consulté le 11 juillet 2011

**UTARD Jean-Claude.** « Les pratiques culturelles et les bibliothèques vues de Paris », *BBF*, 2010, n° 5, p. 72-75 [en ligne] <<http://bbf.enssib.fr/>> Consulté le 11 juillet 2011

**BEUDON Nicolas.** « Bibliothécaires et jeunes publics face au numérique », *BBF*, 2011, n° 2, p. 89-90  
[en ligne] <<http://bbf.enssib.fr/>> Consulté le 17 mai 2011

## III-Perspectives d'avenir

**RETTEL Gilles.** « Le problème des bibliothèques », *BBF*, 2010, n° 6, p. 54-57  
[en ligne] <<http://bbf.enssib.fr/>> Consulté le 14 mai 2011

**MARTY Laurent.** « La bibliothèque musicale peut-elle jouer sa partition à l'heure du MP3 ? », *BBF*, 2011, n° 2, p. 77-82 [en ligne] <<http://bbf.enssib.fr/>> Consulté le 10 mai 2011

**ION Cristina.** La réception du « discours sociologique » par les professionnels des bibliothèques. Mémoire d'étude, diplôme de conservateur de bibliothèque. Lyon : enssib, 2008 [en ligne] <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/document-1829> > Consulté le 11 juillet 2011

**MARTY Marcel.** Les bibliothèques musicales publiques : le modèle allemand. Lyon : ENSSIB, 1999

**MARTIN Bruno.** Le bilan des expérimentations en bibliothèque municipale en matière musicale. mémoire d'étude, janvier 2009 [en ligne] <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/document-2062> > Consulté le 11 juillet 2011

**L'expérience Cristalzik à Epernay : journée d'étude du 11 avril 2011** [en ligne]

[http://www.abf.asso.fr/fichiers/file/Exp%C3%A9rience\\_Cristalzik\\_Epernay.pdf](http://www.abf.asso.fr/fichiers/file/Exp%C3%A9rience_Cristalzik_Epernay.pdf) > Consulté le 11 juillet 2011

**MÉNÉGHIN Céline.** « Des jeux vidéo à la bibliothèque », BBF, 2010, n° 3, p. 56-60

[en ligne] <<http://bbf.enssib.fr/>> Consulté le 12 mai 2011

**MENEGHIN Céline.** Des jeux vidéo à la bibliothèque. Mémoire d'étude, diplôme de conservateur de bibliothèque. Lyon : enssib, janvier 2009

**Jeux vidéo et bibliothèques (blog)** <http://www.jvbib.com/blog/> > Consulté le 11 juillet 2011

**l'expérience Dofus à Saint-Raphaël** <http://memoire2silence.wordpress.com/2009/03/21/du-jeu-video-en-bibliotheque-l'experience-dofus-a-saint-raphael/> > Consulté le 11 juillet 2011

**BRUN Marie-Claude.** Un secteur adolescent : l'expérience de Chambéry. Pratiques, Bulletin d'informations de l'ABF, n°165, 1994, p.43-44. [en ligne] <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/revues/afficher-43478> > Consulté le 11 juillet 2011

**CHEW Ivan.** Web 2.0 and library services for young adults : an introduction for librarians IFLA 2008 [en ligne] [http://www.ifla.org/files/libraries-for-children-and-ya/publications/Web%202.0%20and%20Library%20Services%20for%20Young%20Adults%20-%20An%20Introduction%20for%20Librarians\\_IFLA%20CHILD-YA%20Section\\_Dec%202008.pdf](http://www.ifla.org/files/libraries-for-children-and-ya/publications/Web%202.0%20and%20Library%20Services%20for%20Young%20Adults%20-%20An%20Introduction%20for%20Librarians_IFLA%20CHILD-YA%20Section_Dec%202008.pdf) > Consulté le 11 juillet 2011

**DESRICHARD Yves.** « Les bibliothèques à l'heure du numérique », BBF, 2010, n° 6, p. 74-75 [en ligne] <<http://bbf.enssib.fr/>> Consulté le 14 mai 2011

**SERVET Mathilde.** Les bibliothèques troisième lieu. Mémoire d'étude, diplôme de conservateur de bibliothèque. Lyon : enssib, janvier 2009 [en ligne] <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/document-21206> > Consulté le 11 juillet 2011

**SERVET Mathilde.** « Les bibliothèques troisième lieu », BBF, 2010, n° 4, p. 57-63 [en ligne] <<http://bbf.enssib.fr/>> Consulté le 17 mai 2011

**bibliothèques troisième lieu. Bibliomancienne (blog)**

<http://bibliomancienne.wordpress.com/2011/03/07/bibliotheques-troisieme-lieu-les-10-essentiels/>

**FRANQUEVILLE Pierre, SERVET Mathilde.** « À Thionville, une belle opportunité née d'un accident de parcours », BBF, 2010, n° 4, p. 66-66 [en ligne] <<http://bbf.enssib.fr/>> Consulté le 18 mai 2011

**RAYNAUD Françoise, SERVET Mathilde.** « Les angoumoisins attendent leur bibliothèque du XXI<sup>e</sup> siècle », BBF, 2010, n° 4, p. 64-65 [en ligne] <<http://bbf.enssib.fr/>> Consulté le 18 mai 2011

**THEVENOT Jean Luc.** Le devenir des discothèques et des vidéothèques de prêt. Mémoire d'étude, diplôme de conservateur de bibliothèque. Lyon : enssib, janvier 2009

**DI MASCIO Tony.** « Enquête de sens », BBF, 2010, n° 5, p. 76-79 [en ligne] <<http://bbf.enssib.fr/>> Consulté le 17 mai 2011

**DOGLIANI Sergio.** « Les idea StoresLe site web : [www.ideastore.co.uk](http://www.ideastore.co.uk) », BBF, 2008, n° 1, p. 69-72 [en ligne] <<http://bbf.enssib.fr/>> Consulté le 11 juillet 2011

### **Ideastore, la bibliothèque du futur. Bibliobsession (blog)**

<http://www.bibliobsession.net/2007/11/10/idea-store-la-bibliotheque-du-futur/>

**GALAUP Xavier.** Numériser et mettre à disposition en ligne les collections musicales des bibliothèques [en ligne]. XG\_BlogNotes, 2008 <http://www.xaviergalaup.fr/blog/2008/03/19/numeriser-et-mettre-a-disposition-en-ligne-les-collections-musicales-des-bibliotheques/> Consulté le 11 juillet

### **Site de webranking**

**alexa** <http://www.alexa.com/>

### **Sites ados**

**adofm** <http://www.adofm.fr/>

**musique.ados** <http://musique.ados.fr/>

**Goom radio** <http://www.goomradio.fr/>

**rap2france** <http://www.rap2france.com/nouveau-son-mp3.php?son=barbes-clan-faites-du-bruit>

**2Kmusic** <http://www.2kmusic.com/fr>

**mygroovypod** <http://www.tousenlive.com/mygroovypod>

### **Sites de téléchargement**

**iTunes** <http://www.apple.com/fr/itunes/what-is/>

**qobuz** <http://www.qobuz.com/>

**virginmega** <http://www.virginmega.fr/>

**napster** <http://music.napster.com/napsterhome/videos.htm>

**jamendo** <http://www.jamendo.com/fr/>

## **Bibliothèques**

**Mac Cracken** <http://www.mclib.net/>

**Bibliothèque de Rennes** <http://www.bibliotheque-rennesmetropole.fr/>

**bmol** <http://www.bmol-grenoble.info/>

**Bibliothèque d'Hjoerring** <http://www.bibliotekerne.hjoerring.dk/>

**Bibliothèque DOK** <http://www.dok.info/>

**Bibliothèque OBA** <http://www.oba.nl/>

**Bibliothèque de Montréal** <http://www.bib.umontreal.ca/MU/>

**Ideastore** <http://www.ideastore.co.uk/>

## **Musique numérique et jeux en bibliothèque**

**Dogmazic** <http://www.dogmazic.net/index.php?op=edito>

**Automazic** <http://www.automazic.net/>

**Cristalzik** <http://construction.cristalzik.com/>

**Dofus** <http://www.dofus.com/fr>

## **Sites culturels**

**Culture en Limousin** <http://www.culture-en-limousin.fr/>

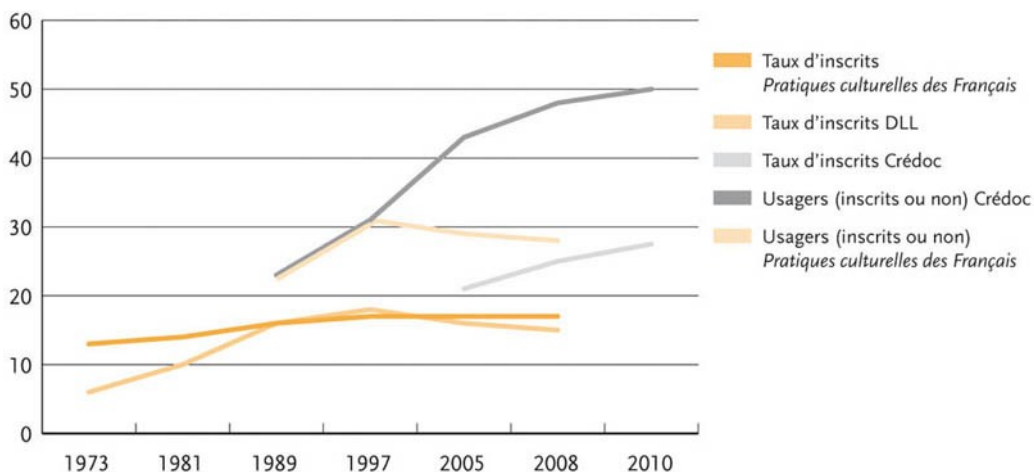
**siemd** <http://www.siemd.com/>

## **Table des annexes**

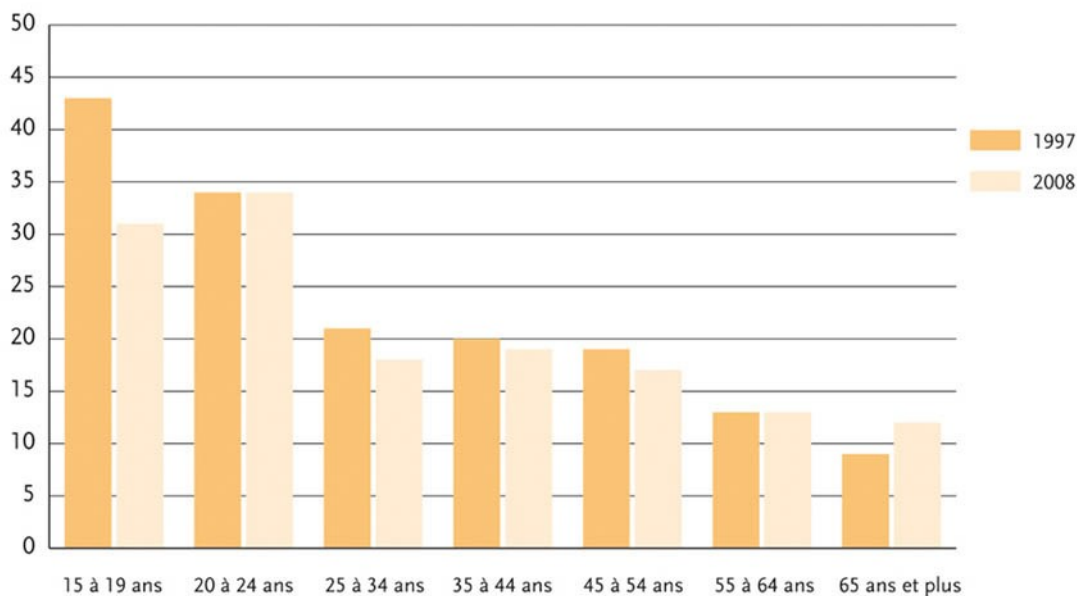
<b>Les nouvelles données culturelles – Annexes.....</b>	<b>38</b>
<b>Adolescents et bibliothèques- Annexes.....</b>	<b>40</b>
<b>Perspectives d'avenir - Annexes.....</b>	<b>41</b>



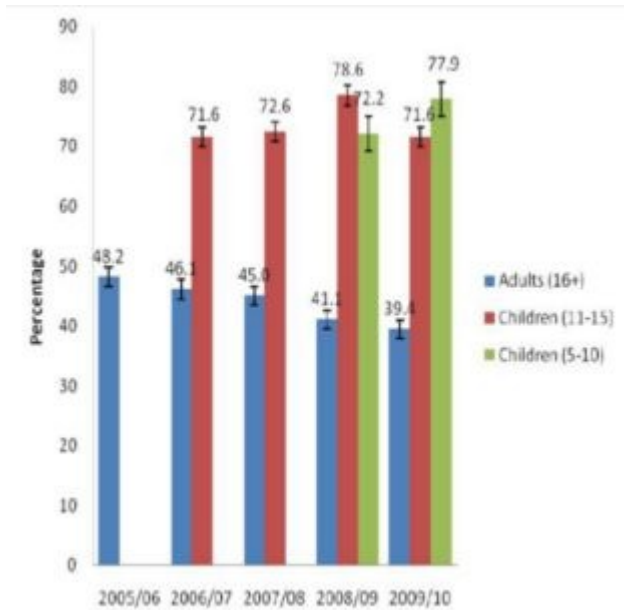
## Les nouvelles données culturelles – Annexes



### 1. Évolution de la fréquentation des bibliothèques et médiathèques municipales selon les enquêtes (source : Poissenot, Claude, « La fréquentation en questions », *BBF*, 2010, n° 5, p. 67-72)



### 2. Comparaison 1997-2008 de la distribution par âge (source : *Les pratiques culturelles des Français 2008*)



3. Évolution de la fréquentation des bibliothèques anglaises de 2005 à 2010

( source : UK Department for Culture, Media and Sport, 19 août 2010)

4. Surfaces et quantités de documents selon les sites de la Bfm

Structure	Surface en m <sup>2</sup>	Documents
Bfm centre-ville	14 800	543 000
Beaubreuil	1 170	66 000
Aurence	500	58 000
La Bastide	400	11 500
Landouge	100	10 000
Le Vigenal	90	11500

## Adolescents et bibliothèques- Annexes

### *5. Chiffres des inscrits pour l'ensemble du réseau et évolutions relatives*

Structure	2003	2009	2010	Évolution	
				2003-2010	2009-2010
Bfm centre-ville	46762	38650	36810	-21%	-5%
Beaubreuil	6303	4866	4537	-28%	-7%
Aurence	4933	3950	3776	-23%	-4%
La Bastide	566	604	609	7%	1%
Landouge	640	797	765	6%	-4%
Le Vignal	509	595	556	8%	-7%
CNR <sup>69</sup>	639	786	865	26%	9,00%

---

69 Conservatoire national de Région

## Perspectives d'avenir - Annexes

### 6. Un déficit de culture sociologique chez les bibliothécaires

*« ... Bon nombre des personnels en contact direct avec les jeunes et les adolescents, parfois depuis de nombreuses années, n'ont pas connaissance des enquêtes effectuées sur les publics dont ils sont pourtant les interlocuteurs au sein de leur établissement. Les équipes des médiathèques subissent un véritable déficit de culture sociologique. Mais comment se fait-il que ces enquêtes leur restent inconnues, alors qu'elles sont facilement trouvables et que ces bibliothécaires travaillent, par ailleurs, dans des équipes souvent nombreuses, ont des cadres supérieurs et des collègues missionnés sur les mêmes objectifs qu'eux ?*

*Une autre partie des professionnels connaît, elle, la plupart des résultats de ces enquêtes, par le biais de formations ou de journées d'études entre autres, mais développe une attitude assez étrange à leur égard. C'est une position proche du dogme et de la croyance : ils appréhendent les résultats des enquêtes comme un point de vue tolérable, mais qui n'est pas le leur. Ils n'ont donc pas à en tenir compte et peuvent continuer à mettre en place les mêmes types de médiation dont le peu d'effet est révélé depuis des années... .La troisième position est peut-être la plus douloureuse pour les professionnels concernés : certains sont au fait des études sur les publics et voudraient pouvoir réfléchir à la manière de les appréhender et les transformer en actions, mais ils manquent d'outils, d'encadrement, de directives claires, et sont souvent pris en étau entre leur fonctionnement habituel et les pressions des partenaires institutionnels extérieurs ou intérieurs à leur collectivité ; toutes choses qui empêchent de prendre le temps de redéfinir son rôle et ses missions à un moment qui, de surcroît, voit se modifier à toute vitesse les instances de légitimation. »*

Enquête de sens (Di Mascio, Tony, BBF, 2010, n° 5, p. 76-79)

### 7. Questionnaire ado Bfm section musique

sexe	âge

1. Selon vous, de quel âge à quel âge est-on ado ?
2. Vous venez souvent à la BFM ? Vous y êtes inscrit ?
3. Pour y faire quoi ?
4. Qu'est-ce que vous aimez à la BFM ?
5. Qu'est-ce que vous n'aimez pas ?
6. Vous empruntez des CD. Êtes-vous satisfait de l'offre ?
7. Vous n'en empruntez pas. Pourquoi ?
8. Que pensez-vous du support CD ?
9. Avec quoi écoutez-vous de la musique ?
10. Qu'est-ce que vous écoutez ? Artiste, genre musical, radio ...
11. Qu'est-ce que vous voudriez trouver à la BFM ? Service, espace dédié ados ...
12. Connaissez-vous le site web de la BFM et les services qu'il propose ?

**Henri ANCILOTTI**

## **Section disque et public adolescent à la bibliothèque Francophone multimédia de Limoges**

### **Résumé :**

La section disque de la bibliothèque francophone multimédia de Limoges connaît une baisse de sa fréquentation par les ados. Cette chute d'intérêt est inquiétante mais il s'agit d'un phénomène général. Il est lié au rapport qu'entretiennent la bibliothèque et les adolescents, mais aussi à la maîtrise de nouveaux outils et médias de la part d'une génération dite « digital natives ». Les solutions envisagées pour répondre à ce problème passent par un travail d'adaptation de la bibliothèque à un public spécifique, par l'introduction de nouveaux services mais aussi par une nouvelle conception de la bibliothèque dans son ensemble.

Mot-clefs : musique en bibliothèques, adolescents

Descripteurs : Bibliothèques publiques - - Services aux adolescents

### **Abstract :**

The disc section of the Bfm is affected by a decline in frequenting of teenagers. This drop of interest is disturbing but it is a general phenomenon. It is related to the relationship between the library and the adolescents, but also to the mastery of new tools and media by a generation called « digital natives ». The solutions to adress this problem go through an adaptation process of the library to a specific audience, together with the introduction of new services. They go also with a new conception of the library as a whole.

Keywords : Music in libraries, Teenagers      Public libraries - - services to teenagers