

La bibliothèque

dont

VOUS

êtes

le héros



Principes, itinéraire et dictionnaire pratique pour le personnel des bibliothèques publiques

< Pistes d'accueil pour la clientèle en alphabétisation >



Ville de Montréal

La recherche et la préparation de ce document
ont été rendues possibles grâce à une
subvention du Secrétariat national à
l'alphabétisation.

Droits réservés - Bibliothèque de Montréal - 1999

TABLE DES MATIÈRES

Avant-propos:	
Pas encore un guide?	4
Introduction:	
La bibliothèque dont vous êtes le héros	6
Quelques principes... puisqu'il en faut!	12
1. Personnaliser.....	12
2. Décomposer.....	15
3. Écouter	19
Itinéraire:.....	22
Dictionnaire pratique: d' A lphabétisation à B ibliothèque.....	31
Conclusion:	
<i>Pour commencer</i>	55

Pas encore un guide?

Avant-propos

Peut-être pas. Ce petit dictionnaire se veut plus près d'une compilation pratique.

Diane Tremblay, à la Bibliothèque Georges-Vanier, Danielle Keable à la Bibliothèque Côte-des-Neiges, France Machet, à la Bibliothèque Saint-Charles, François Séguin, à la Bibliothèque Maisonneuve, Jasmine Renaud, à la Bibliothèque Le Prévost, Evelyne Caron, à la Bibliothèque Centrale-Annexe, et bien d'autres sûrement, ont reçu des «groupes alpha» dans leur bibliothèque bien avant l'avènement de l'Année internationale de l'alphabétisation.

Ce petit dictionnaire recense les observations de mes collègues bibliothécaires, observations amassées pendant plusieurs années de visites-accueils-initiations réalisés pour différents groupes. J'y ai ajouté les miennes, conséquences de visites-alpha mais aussi de quelques mois de fréquentation d'étudiants en alphabétisation et d'enseignement en alpha.

La composition de ces groupes peut varier considérablement. Les accueils et les visites pour ces groupes peuvent et doivent varier tout autant.

Certaines **FAÇONS DE RECEVOIR** sont cependant à la fois plus efficaces et plus sympathiques dans le dossier conjoint des bibliothèques publiques et de l'alphabétisation.

Ce petit document tente de perpétuer les intuitions et les initiatives les plus heureuses avec les analphabètes, cette clientèle qui pourrait bien être un baromètre pour les bibliothèques publiques.

À ce titre, toute ressemblance avec des personnes réelles est fort probable...

Louise Robichaud, bibliothécaire
Bibliothèque de Montréal
Avril 1996

La bibliothèque dont vous êtes le héros...

Quelque chose comme une introduction

Ce titre, calqué sur une collection qui «marche» fort, n'est pas qu'un jeu de mot.

Il veut refléter le point de départ fondamental de tout accueil à la bibliothèque, pour quelque clientèle que ce soit:

***En tant qu'employés de bibliothèque,
nous sommes véritablement
les héros et les héroïnes de l'aventure.***

Comme héros ou héroïne, nous avons de nombreux avantages sur l'ensemble de notre clientèle. Dans une bibliothèque, nous sommes dans **notre** élément:

- ! nous connaissons les règles du jeu;
- ! nous sommes familiers avec le terrain;
- ! nous maîtrisons le vocabulaire;
- ! nous avons une bonne perception de l'espace et nous nous y déplaçons facilement;
- ! et surtout, nous connaissons les possibilités et l'intérêt du «jeu».

**Bref, nous sommes déjà une sorte
de héros ou d'héroïne
pour toute personne non initiée
à cette forme de savoir
et à une telle organisation.**

Imaginez alors ce que nous pouvons représenter pour un apprenti-lecteur: les étudiants en alphabétisation ne maîtrisent même pas les codes initiaux - encore moins le contenu - de tous ces documents que nous pouvons lire, classer, déplacer et repérer de main de maître, non seulement dans notre bibliothèque mais également dans le réseau des bibliothèques de Montréal, voire même, dans «le vaste monde de l'information».

Rien n'est parfait cependant: *il y a un hic!* Notre savoir même nous handicape:

***Nous y sommes tellement,
dans notre élément,
que nous avons oublié - fatalement! -
tous les obstacles que pose
la compréhension du rôle et
du fonctionnement de cette bibliothèque
si bien organisée.***

Je crois, comme plusieurs de mes collègues, que l'accueil est la façon la plus sûre d'aborder l'aide au lecteur, la meilleure porte d'entrée à l'initiation. En 1993, un groupe de travail sur l'animation à la Bibliothèque de Montréal avait d'ailleurs insisté sur l'accueil comme forme première de l'animation dans une bibliothèque publique, la forme la plus quotidienne et la plus rentable.

Ce petit document mise essentiellement sur l'accueil qui pourrait bien être l'élément nécessaire ***mais suffisant*** à la démystification de ***l'aventure de la bibliothèque.***

Non pas l'accueil au sens théorique et philosophique du terme. Plutôt l'accueil au sens «folklorique»: la porte ouverte, le ***Bienvenue chez nous***, le ***Revenez nous voir***, le ***Oui, c'est aussi pour vous***, formes finalement beaucoup plus profondes de l'accueil qui rassurent et touchent vraiment la clientèle analphabète.

Vous chercherez vainement dans ce petit texte un vocabulaire bibliothéconomique ou une mise en valeur des fleurons habituels de la bibliothéconomie. L'aspect bibliothéconomique se concentre plutôt dans les objectifs:

- ! simplifier la vie du personnel mal à l'aise avec une clientèle qui ne parle pas la même langue que les initiés;
- ! développer l'autonomie du client analphabète tout en évitant qu'il se sente diminué;
- ! «libérer» le personnel d'une clientèle *lourde à première vue*: mieux le client sera outillé, plus vite il pourra utiliser seul la bibliothèque pour répondre à ses besoins;

- ! améliorer auprès de la clientèle la perception du personnel (*Ils ne peuvent pas nous comprendre: ils sont bons eux autres!*);
- ! offrir, finalement, des services redéfinis, mieux cernés et plus **adéquats** à sa clientèle.

Mode d'emploi

Un peu partout dans le texte, vous verrez ces symboles:

- ☺ vous indique qu'il s'agit d'un élément à retenir, un prérequis facilitateur, fortement suggéré, nécessaire et parfois suffisant.
- ☹ vous souligne quelque chose **à éviter**: une attitude, un vocabulaire ou une approche. **Attention**: le danger pour la communication croît avec l'usage!

La première partie de ce guide vous propose quelques principes généraux ainsi qu'un itinéraire simplifié.

La seconde partie, sous forme de dictionnaire, inventorie quelques mots-clés et leur application en alpha. Pourquoi un ordre alphabétique? Pourquoi pas! En alphabétisation, la démarche est souvent spontanée et *éclatée*. L'ordre alpha en vaut bien un autre! À grappiller à votre convenance, en tout ou en partie.

Dans cette seconde partie, utilisez la page de gauche pour noter vos observations personnelles. N'hésitez pas à tout conserver: entrée en matière, anecdote, blague, crochet à faire, livre à feuilleter, employé à présenter... Dans le feu de l'action, on oublie trop facilement nos bons coups précédents.

QUELQUES PRINCIPES... puisqu'il en faut!

1. Personnaliser

2. Décomposer

3. Écouter

1. PERSONNALISER

Personnaliser votre accueil, c'est d'abord vous **nommer**, vous présenter comme individu plutôt que comme bibliothécaire-responsable-d'un-élément-du-réseau-de-la-Bibliothèque-de-Montréal.

Pour indiquer clairement qu'il s'agit d'un accueil-échange, vous pouvez aussi demander à vos visiteurs de se nommer et de mentionner leur ville ou leur pays d'origine. Vous pourrez ensuite vous adresser aux individus personnellement plutôt qu'au groupe en général.

Personnaliser, c'est aussi adapter le circuit au groupe que vous recevez: le nombre total de personnes, de femmes, d'hommes, leur âge, leur niveau de scolarité, leurs intérêts personnels...

- ☺ Utilisez le **JE**: *Je m'appelle... Je suis... Ça me fait plaisir de vous recevoir dans ma bibliothèque...*

- ☺ Saluez votre personnel et identifiez-le à vos visiteurs au fur et à mesure que vous les rencontrez. Vos visiteurs sauront ainsi que plusieurs personnes peuvent les aider et pas seulement au comptoir.

- ☹ Évitez de parler à la 3e personne ou au nom de votre employeur: *La Bibliothèque de Montréal est heureuse de vous recevoir, de vous compter parmi ses abonnés...*

- ☹ Ne déléguez pas systématiquement vos visites à votre personnel.

- ☺ Soyez vous-mêmes pendant vos accueils. Laissez transparaître vos intérêts et vos préférences tout en restant à l'écoute des signaux de vos visiteurs. On vend mieux ce qu'on aime.

😊 N'hésitez pas à modifier votre plan de visite et à vous attarder dans les sections qui risquent d'intéresser une partie plus importante du groupe (sexualité, famille, pays...).

2. DÉCOMPOSER

Cette opération est loin d'être évidente parce que, *en tant que héros ou héroïne de bibliothèque*, nous avons intégré depuis belle lurette toutes les subtilités du système. Il est plus difficile, après coup, d'en redécomposer les éléments.

En gros, il s'agit de décomposer sur plusieurs plans:

! décomposer les étapes d'accueil:

1. la réception proprement dite, l'accueil à la porte;
2. la présentation verbale du plan d'accueil;
3. la visite physique des lieux essentiels seulement;
4. etc.



Faites l'accueil à la porte et non en vous acheminant vers...



Ne parlez pas des nouveautés alors que vous êtes devant la Collection pour tous.

! décomposer l'information à transmettre:

1. l'information de base: rôle de la bibliothèque publique; coûts...
2. les services *premiers*: lecture sur place, emprunt...
3. les genres de documents offerts
4. les règlements à connaître **absolument**
5. etc.



Évitez de vous promener entre les règlements, les documents en passant par le personnel et en revenant aux sections. Videz les questions une après l'autre.

! décomposer le **niveau de l'information** à transmettre:

1. l'essentiel
2. le complémentaire souhaitable
3. le *luxé* pour les groupes vraiment intéressés
4. le superflu (eh oui!)

! décomposer le vocabulaire:

Ex.: *Le service est gratuit pour les résidants de Montréal*

1. Le service (le prêt? la consultation?)
2. est gratuit (et les amendes alors?)
3. pour les résidants (les personnes âgées?)
4. de Montréal (l'île? la communauté?)

! décomposer le groupe à la limite: aucune visite n'est totalement pertinente pour l'ensemble d'un groupe. Exemples:

1. Quelques personnes dans la Collection pour tous
2. Quelques personnes dans la collection Jeunes
3. D'autres en visite plus complète des lieux...

! et surtout décomposer l'information en ***plusieurs visites!***

😊 «*Keep it simple!*»

Assurez-vous que vos visiteurs ont bien assimilé l'information que vous venez de transmettre. Arrêtez-vous au premier niveau si ça semble indigeste.

😊 Tentez d'offrir une réponse ou une information à **chacun** de vos visiteurs.

😞 «**Ils doivent tout savoir**». Non: il ne faut pas tout leur dire. Surtout pas! L'avalanche d'informations non digérées souligne et confirme leur infériorité dans le domaine. N'insistez pas. Ils reviendront et poseront **leurs** questions, à **leur** rythme.

3. ÉCOUTER

Ce principe complète les deux premiers: une bonne écoute facilitera votre découpage, tant dans l'itinéraire que dans la sélection de l'information à transmettre.

Et cette écoute «active» s'applique bien sûr au «langage du corps», à la dynamique interne du groupe, aux signaux du formateur, volontaires ou non, aux questions posées ou à l'absence de questions.

☺ Demandez souvent, en cours de route, si tout va bien. Il arrive souvent qu'on doive solliciter **plusieurs fois** ses visiteurs avant qu'ils ne répondent vraiment ou qu'ils se décident à poser **leurs** questions.

☹ N'ignorez jamais un ralentissement du groupe pour respecter votre plan de visite. Il révèle toujours quelque chose: soit un intérêt réel pour une section, un sujet, un document, un aménagement...; soit une perte d'intérêt, due au rythme de la visite ou au contenu. Ajustez-vous rapidement.

☺ Faites préciser les questions. N'hésitez pas à reformuler. Vous

démontrez alors un intérêt et un souci de bien répondre.

- ☹ Ne faites jamais semblant de comprendre la question lorsque la formulation est obscure ou laborieuse. La plupart des analphabètes sont passés maîtres dans l'art de la dissimulation. Ils s'en rendront compte! Faites répéter la question autrement.

- ☺ Écoutez **bien** la question. Ne donnez pas les *réponses habituelles* en présumant qu'il s'agit des questions habituelles. Vous serez surpris de ce que l'accueil ou les livres ou les lieux peuvent susciter comme interrogations.

- ☹ Abstenez-vous de juger, qu'il s'agisse des sujets évoqués par vos visiteurs, de leur niveau de langue, des collections choisies.

- ☺ L'erreur est probable: la diversité des groupes, des antécédents de chacun, fait qu'on «tape rarement dans le mille». Il faut constamment réajuster.

- ☺ L'erreur est aussi utile: elle facilite les visites ultérieures.

😊 Vos visiteurs alpha se souviendront de la chaleur de votre accueil et non de vos erreurs ou de vos hésitations. Ils sont beaucoup plus sensibles à l'ouverture et à la véritable présence qu'à la performance de **héros-savants**.

ITINÉRAIRE

0. Préparez l'accueil

😊 Vous connaissez bien votre bibliothèque mais probablement pas du tout vos prochains visiteurs. Prenez quelques minutes pour préparer votre accueil.

0.1 Avisez votre personnel de la visite d'un groupe (nombre de personnes attendues, provenance, composition, niveau d'analphabétisme) et discutez du rôle de chacun.

0.2 Avisez le gardien de sécurité si vous recevez le groupe en dehors des heures d'ouverture habituelles: son attitude sera moins méfiante à l'arrivée de vos visiteurs et ceux-ci seront plus à l'aise.

0.3 Visualisez votre circuit: laissez quelques documents pertinents un peu partout sur votre parcours.

- 0.4 Préparez des documents à remettre aux visiteurs au cas où ils en feraient la demande.
- 0.5 Conditionnez-vous à parler des services et des collections **avant** de parler des règlements.
- 0.6 Discutez avec le formateur avant la visite: avisez-le de vos objectifs personnels et de votre plan de visite; limitez le nombre de participants au groupe; soyez **très** ferme sur le nombre maximum de participants avec lequel vous vous sentez à l'aise.

1. Le triangle magique ou... retenez-vous!

La porte d'entrée - le comptoir - ... les toilettes!

1.1 La porte d'entrée

- 😊 Attendez vos visiteurs à la porte d'entrée pour qu'ils sachent qu'ils sont attendus.
- 😊 Saluez-les au fur et à mesure de leur entrée.

- ☺ Lorsqu'ils sont tous arrivés, souhaitez-leur la bienvenue officiellement en vous présentant.

- ☹ Ne parlez pas trop vite, surtout au début. Ne parlez pas trop lentement non plus, ni trop fort. Ils ne sont ni attardés, ni sourds. Ils sont seulement dépaysés.

- ☹ Laissez tomber le «baby talk», le langage *de maman-à-bébé-qui-va-faire-une-belle-visite!*

- ☺ Avertissez-les de vos caractéristiques personnelles: *Je parle vite... Je parle trop... Arrêtez-moi... Je vous préviens que j'ai tendance à dire trop de choses...*

- ☺ Avisez-les de votre plan de visite: *Je vous emmène d'abord dans une salle ... ensuite, je vous montrerai...*

1.2 Le comptoir

- ☺ Soulignez la localisation du comptoir: près de l'entrée.
- ☺ Précisez qu'il s'agit aussi d'un comptoir d'**information** même si ce n'est pas écrit.
- ☺ Expliquez ses autres fonctions: prêts, retours, abonnements, problèmes, **recherches**... Vos visiteurs analphabètes seront étonnés mais ravis d'apprendre qu'ils ne sont pas seuls à avoir besoin d'aide dans une bibliothèque.

1.3 Les toilettes

- ☺ Ne les oubliez surtout pas. C'est probablement le seul élément de votre bibliothèque avec lequel ils sont familiers!
- ☺ C'est également, pour l'ensemble de vos clientèles d'ailleurs, l'élément le plus *démystificateur* qui soit!

2. Quelque part en route...

- ☺ Faites une petite mise au point sur le **silence**: *Comme vous le voyez, la bibliothèque est un endroit calme mais ce n'est pas une église...*
- ☺ Rappelez-leur qu'ils peuvent vous poser des questions en tout temps, sur tous les sujets.

3. Dans une petite salle, idéalement...

- ☺ Concentrez-vous sur l'essentiel et rappelez-vous les principes: personnaliser, décomposer et écouter!
 - ! Pour ce qui est de l'esprit de votre présentation, comparez la bibliothèque à des choses connues, un club vidéo ou un magasin.

- ! Pour ce qui est des services, rappelez l'essentiel:
- la bibliothèque, c'est pour tout le monde;
 - c'est gratuit;
 - pas besoin d'être abonné pour entrer et «regarder»;
 - c'est le client qui décide de s'abonner ou pas.

😊 Pensez à des formulations comme ***Personne ne vous posera de questions. Si je veux emprunter, on va me demander... Si je veux regarder la télévision, je vais au comptoir...***

- ! Pour la documentation, pensez à présenter différents formats de documents:
- des revues avec des «vedettes»;
 - des livres en trois dimensions;
 - des gros livres **épais** et des petits livres avec des gros caractères, en précisant que ce sont tous **des vrais livres!**
 - des livres sur le corps humain, les autos, les sports, la cuisine, la sexualité (encore), des contes pour enfants, des livres musicaux...

😊 **Ouvrez** les livres et **montrez** ce que vous aimez dans ces

livres.

4. La **COLLECTION POUR TOUS**... si vous l'avez!

La **COLLECTION POUR TOUS** pourrait être le seul coin de la bibliothèque où vous entraîniez vos visiteurs... ce serait quand même parfait!

Il y a plusieurs façons de présenter cette collection selon la composition de vos groupes:

- une mini-bibliothèque, en trente tablettes;
- un aperçu de plusieurs sujets sur lesquels des livres existent;
- une façon de découvrir leurs centres d'intérêt personnels;
- une façon de s'initier à des sujets qui les intéressent mais qu'ils connaissent peu;

- une façon de retrouver dans des livres des choses qu'ils connaissent déjà!
- découvrir «le plaisir des yeux».

☺ Rappelez-leur qu'à la bibliothèque, ils ne sont pas obligés de **lire**.

☺ Précisez que plusieurs abonnés **ne lisent pas** les livres qu'ils empruntent et qu'eux aussi peuvent simplement feuilleter pour le plaisir de voir les photos.

☺ Sortez de la collection les livres que vous avez lus et aimés. Utilisez le **«C'est très bon: je le sais, je l'ai lu... C'est très beau: je le sais, je l'ai regardé en entier!»**

Dans la plupart des cas, vos visiteurs s'attarderont longtemps à cette section, pour plusieurs bonnes raisons:

- ! elle est limitée dans l'espace;
- ! elle est attrayante: format, illustrations, caractères;
- ! son organisation, son classement sont faciles à comprendre;
- ! elle fait le tour de plusieurs sujets en quelques tablettes;
- ! elle est relativement accessible;
- ! vous leur avez présentée «personnellement».

DICTIONNAIRE PRATIQUE:

*d'Alphabétisation à **B**ibliothèque*

Analphabétisme - rappel

- # Environ 24% de la population de Montréal est analphabète;
- # *«L'analphabétisme n'est pas strictement et spécifiquement un phénomène lié à la sous-scolarisation (absence de formation scolaire), mais également un phénomène lié à des conditions de sous-culture et de pauvreté»*(Jean-Paul Hautecoeur, Alpha 78. Recueil de textes. Séminaire sur l'alphabétisation au Québec, oct.78);
- # Quelques causes fréquentes de l'analphabétisme: interruption de l'école, maladie prolongée, redoublement et échecs, situations familiales difficiles, obligation de gagner sa vie, difficultés socio-affectives, troubles d'apprentissage, comportements déviants, etc.

Anecdotes

- # Toujours laisser place aux anecdotes dans votre accueil;
- # Présenter les particularités de l'édifice. Par exemple, la bibliothèque Maisonneuve a déjà été l'Institut de radiologie; il existait un couloir souterrain entre les deux parties de l'Institut; elle a déjà été un hôtel de ville et on peut encore y voir les fauteuils de l'ancien Conseil municipal...

- # raconter aussi quelques anecdotes sur les livres et les bibliothèques:
 - La Bible est une vedette dans le monde des livres; elle a été publiée, en tout en en partie, en 1884 langues et dialectes différents depuis 500 ans;
 - Le plus grand «rat de bibliothèque» est un américain qui, en dix ans, est parvenu à voler 30 000 livres!

Atouts de la bibliothèque

- # La bibliothèque est un endroit **sûr** et amical;
- # les services sont gratuits;
- # l'entrée est libre;
- # la bibliothèque fait partie du quartier;
- # le matériel est varié, dans le contenu et dans la forme;
- # le personnel est familier avec le matériel.

Attitude de la clientèle

Vous pourrez fréquemment observer les attitudes et les comportements suivants chez vos visiteurs:

- # de la timidité, la peur de déranger;
- # de la méfiance, qui amène vos visiteurs à vérifier auprès de vous de l'information obtenue d'autres sources;
- # ils semblent fréquemment perdus;
- # un manque de concentration ou d'à-propos dans leurs questions. Par exemple, vous présentez un livre sur le hockey et on vous demandera «*Croyez-vous que le Canadien va remporter la Coupe Stanley cette année?*» Il ne s'agit ni d'un manque d'intérêt, ni d'un manque de compréhension de ce que vous êtes en train de dire. Il s'agit plutôt...
- # ...d'insécurité et d'un complexe d'infériorité. Le livre sur le hockey les ramène à quelque chose qu'ils connaissent, qu'ils maîtrisent et qui les sécurisent. Alors que l'organisation de la bibliothèque les laisse dépaysés et désorientés;
- # de l'exubérance dans certains cas, parfois même bruyante, par

manque de connaissance des *lois du milieu*, de la façon habituelle de se comporter dans un lieu qu'ils ne connaissent pas.

Attitude du personnel

- ☺ Dans tous ses accueils, il est plus facile et plus profitable d'être soi-même: c'est la meilleure façon de se laisser assez «d'espace» pour être à l'écoute et pouvoir s'ajuster à sa clientèle du moment.
- ☺ Soyez courtois; c'est la meilleure façon de «déstresser» vos visiteurs.
- ☹ La froideur déstabilise vos visiteurs et confirme l'image préconçue qu'ils se font du personnel (savant et déconnecté de leur réalité).
- ☺ Montrez par votre attitude, votre visage, votre ton de voix, que vous comprenez, que vous suivez.

Centres d'intérêt des apprenants en alphabétisation

En cours d'accueil, il faut être très conscient qu'aucun sujet n'intéresse tout le monde également.

Cependant, certaines disciplines intéresseront, **la plupart du temps**, une majorité de vos visiteurs:

- # les sujets pratiques: bricolage, couture, jardinage, automobile, électricité;
- # les sujets personnels: santé, faits vécus (drogues, délinquance), sexualité;
- # les sujets spectaculaires: motos, vedettes, livres en trois dimensions.

Vous pouvez tendre des perches pour évaluer le profil de vos visiteurs: évoquez des sujets comme l'accouchement, la séparation, le cancer, la sexualité, les volcans, les pays...

Collections pour jeunes

- # Les collections pour les jeunes sont un atout précieux pour vous si elles sont bien présentées:
 - ☺ Indiquez clairement à vos visiteurs qu'il s'agit de collections ***pour jeunes***.
 - ☺ Avisez-les que la section est également ouverte aux adultes, que personne ne s'étonnera de les voir bouquiner dans cette section ou d'emprunter des livres.

- ☺ Précisez les raisons pour lesquelles les adultes vont dans la section des jeunes: ***Les livres sur des sujets sont plus faciles... Les romans sont plus courts... Vous pouvez emprunter des livres pour vos enfants avec votre carte... Vous pouvez emprunter les livres que vous voulez lire à vos enfants...***

- ☺ Offrez des livres jeunes **seulement** si le lien de confiance est bien établi, **seulement de main à main**, seulement si vous êtes **vraiment** amateur de livre pour jeunes.

- ☹ Ne présumez pas que la section des jeunes leur convient parfaitement à cause de l'accessibilité des livres. La pertinence des documents pour un adulte analphabète est beaucoup plus liée à l'intérêt du livre ou à l'urgence du besoin qu'à la lisibilité proprement dite.

- ☹ Évitez absolument le ton condescendant: *Ce livre-ci sera plus facile pour vous!*

- ☺ **Lorsqu'on vous le demande**, n'hésitez pas à chercher un livre plus mince, en plus gros caractères, avec plus d'illustrations. Demandez clairement: ***Vous sentez-vous à l'aise avec un livre comme celui-là?***

Concertation

- # Aviser les formateurs du plan du premier accueil;
- # impliquer les formateurs et les apprenants dans le contenu des visites ultérieures;
- # les groupes populaires en alphabétisation sont souvent démunis techniquement parlant: on peut offrir aux formateurs l'affichage de leurs activités, l'usage du télécopieur, une salle pour un atelier spécial...;
- # en plus de dépanner les formateurs, votre soutien, l'offre de salle, par exemple, peut aider les étudiants à devenir plus familiers avec l'espace de la bibliothèque.

Droits des lecteurs

Pour paraphraser Pennac, ***si vous voulez qu'un analphabète lise, affichez ces dix commandements dans votre bibliothèque.*** Et insistez sur quelques-uns!

1. Le droit de ne pas lire
2. Le droit de **sauter des pages**

☺ *toutes celles qui ne nous attirent pas!*

3. Le droit de **ne pas finir un livre**

☺ *beaucoup de vrais lecteurs font ça!*

4. Le droit de **relire**

☺ *pour retrouver le plaisir!*

5. Le droit de **lire n'importe quoi!**

☺ *à la bibliothèque, personne ne questionne vos choix!*

6. Le droit de bovarysme

☺ *même les hommes aiment les romans d'amour!*

7. Le droit de lire **n'importe où**

☺ *à la maison, dans le métro, dans un parc, aux toilettes...*

8. Le droit de **grappiller**

☺ *on peut lire un livre dans n'importe quel sens, comme le
Journal de Montréal!*

9. Le droit de lire à **voix haute**

☺ *certaines histoires sont meilleures lorsqu'on les entend!*

10. Le droit de **nous taire**

😊 *on n'a jamais d'exercice de compréhension de texte à la bibliothèque!*

Durée des visites

- # Prévoir environ une demi-heure pour la partie information: accueil, déplacements, présentation de documents dans la salle et questions;
- # prévoir au moins une demi-heure de grappillage dans la *COLLECTION POUR TOUS*.

Erreurs communes

- # L'apathie face au client;
- # le manque de courtoisie et l'impatience;
- # de la condescendance;
- # l'automatisme dans les réponses;
- # un style inquisiteur;

- # «accélérer» pour se débarrasser d'un client *difficile*;
- ☹ Évitez les généralités du genre ***C'est intéressant de lire*** ou des allégations qui se ramènent à ***Lire, c'est bon pour la santé!***
- 😊 Parlez des livres qui vous ont intéressé, vous. Et dites pourquoi.

Formateurs et formatrices

- # Leur faire préciser leurs attentes;
- # insister pour limiter le nombre de participants;
- # expliquer le plan d'accueil;
- # les inviter à revenir;
- # refuser absolument qu'ils s'absentent pendant la visite;
- # les convaincre de ne pas associer de travail scolaire à la visite de la bibliothèque (exercices, questionnaires, jeux).

Inscription

Demander les pièces d'identité par leur nom précis plutôt que par leur nom générique:

😊 *Avez-vous un permis de conduire ou une carte d'assurance-maladie?*

😞 *Avez-vous une pièce d'identité?<*

Rassurer le client à différentes étapes sur ce qui se passe:

😊 ***Je vérifie si tout est complet... Je vous donne un numéro d'abonné... Vous pouvez emprunter immédiatement avec votre carte...***

😊 Expliquez au client la façon de s'informer s'il a des questions ou un problème: *Vous appelez à ce numéro... Vous venez au comptoir...*

😊 Soulignez, dans le dépliant, les informations les plus utiles: numéro de téléphone, horaires.

Langage

Le langage proprement dit inclut quatre éléments: le vocabulaire, la phraséologie, la prononciation et le débit.

Mais le **ton** est encore plus important que le langage ou les mots. Lorsque vous adoptez le bon ton, vos clients sont rassurés et plus calmes. Ils comprennent plus vite et mieux ce que vous leur dites.

Vocabulaire

- ☺ Utilisez des mots simples et clairs.
- ☹ Évitez le jargon technique: rappelez-vous que ce qui est simple pour vous reste **technique** pour un non initié, y compris notre «comptoir de prêt».
- ☺ Répétez les mots-clés.

Phraséologie

- ☺ Faites des phrases brèves, ne comportant qu'une seule information par phrase.
- ☺ Faites des phrases complètes et fermées.

- ☹ Évitez les finales ouvertes ***parce que... vous comprenez...***
- 😊 Utilisez des exemples de questions : ***Combien de livres je peux emprunter? Qu'est-ce que je fais si je n'ai pas terminé? Qu'est-ce qui m'arrive si je suis en retard?...***
- 😊 Ne posez qu'une seule question à la fois et donnez la réponse: ***Et si je veux emprunter dans une autre bibliothèque? J'utilise la même carte.***
- ☹ Évitez les questions qui peuvent intimider: ***Qu'est-ce que vous voulez au juste?***
- ☹ Évitez l'ironie qui peut confondre le client: ***Je vous souhaite vraiment bonne chance dans vos recherches!***
- ☹ Laissez tomber les réponses toutes faites qui nécessitent une connaissance préalable du milieu: ***les nouveautés sont près de la référence.***
- 😊 Utilisez des éléments physiques pour la localisation: ***les revues sont près de l'escalier; le photocopieur est dans le coin, près de la fenêtre.***

Prononciation

😊 Les mots doivent être nets.

😞 Évitez les effets de style (accents, jeux, imitations...).

Le débit

😊 Ne parlez ni trop lentement, ni trop vite.

😞 Ralentissez un peu s'il s'agit de membres de communautés culturelles qui ont visiblement de la difficulté à vous suivre.

😞 Ne coupez jamais la parole à un visiteur qui s'exprime laborieusement pour compléter la question à sa place.

Lieu

😊 Hiérarchisez les espaces à connaître; présentez l'essentiel pour être autonome.

😊 Une petite salle pour l'accueil est plus rassurante qu'un grand espace comme la bibliothèque.

😊 Précisez que toutes les bibliothèques se ressemblent.

Limites de l'accueil

Même les meilleurs accueils et les meilleurs visites ont des limites:

- # il est impossible d'atteindre tous vos visiteurs;
- # il est impossible d'être apprécié par tous vos visiteurs;
- # il est probable que vous intéressiez **en partie une partie** de vos visiteurs;
- # l'erreur est fréquente et utile.

Matériel à prévoir

- # des livres représentatifs de plusieurs genres, formats, traitements, niveaux...;
- # de gros livres épais, de grands livres, des livres en trois dimensions, de beaux livres, des minilivres pour bien illustrer les différentes formes d'un **vrai livre**;
- # un exemple d'une carte d'abonné;
- # un dépliant de présentation (sur demande seulement).

Obstacles

De nombreux obstacles s'interposent entre la clientèle des analphabètes et la bibliothèque. Certains sont historiques, d'autres, d'ordre pratique; certains sont réels, d'autres sont dus à leurs propres préjugés; certains sont faciles à éliminer, d'autres sont indéfectibles.

Voici quelques raisons évoquées par la clientèle:

- # le manque de temps et la fatigue;
- # il y a trop de livres pour s'y retrouver;
- # il faut rapporter les livres à une date précise;
- # les délais de prêt sont trop courts;
- # la honte s'il y a retard;
- # on ne sait pas où se trouvent les livres qu'on aime;
- # on ne sait pas quels livres on aime;
- # on a peur de poser des questions idiotes;
- # on croit que ce n'est pas normal d'avoir à demander de

l'information;

- # on ne sait pas à qui demander l'information;
- # on a peur de demander un conseil: on ne sera pas compris;
- # on place très haut le personnel dans la hiérarchie du savoir;
- # la signalisation extérieure et intérieure est déficiente;
- # le personnel n'est pas identifié;
- # l'horaire d'ouverture est irrégulier; il diffère de celui des magasins et change même d'une bibliothèque à l'autre;
- # l'organisation des lieux ne ressemble à rien de ce qu'on connaît.
- # ... et bien d'autres encore qui n'ont pas encore été exprimés.

La pensée magique?

- # La concertation est possible; la plus efficace est le résultat d'initiative individuelle plus que de politique institutionnelle;
- # les analphabètes peuvent fréquenter la bibliothèque et en tirer profit;
- # les bibliothécaires efficaces en alpha sont ceux qui croient que leur contribution sera signifiante.

Personnel de la bibliothèque

- # Il est rentable de sensibiliser le personnel aux nouveaux utilisateurs en général;
- # il faut préciser vos objectifs personnels par rapport à la clientèle des analphabètes en particulier;
- # il faut faire voir au personnel son rôle d'intermédiaire et de facilitateur pour cette clientèle;
- # il faut aussi être très conscient des comportements et des attitudes du personnel devant cette clientèle (malaise, complexe de supériorité, difficulté de simplifier, etc.);
- # il faut enfin être très conscient du temps qu'il faut pour atténuer ces comportements et ces attitudes.

Préjugés

- # Avoir des préjugés est normal; il faut simplement en tenir compte;
- # il faut aussi être conscients des préjugés de vos visiteurs à notre endroit envers les autres et **héros** de notre espèce;

- # il est parfois rafraîchissant de se rappeler que tous les livres possédés ne sont pas nécessairement lus (Roger Chartier, *L'Ancien Régime de l'imprimé*)...
- # ... et que tous les livres lus ne sont pas nécessairement possédés (id.);
- # garder en tête que certains hommes aiment les romans d'amour et certaines femmes rêvent de course automobile.
- ☹ Évitez de hiérarchiser les lectures: fiction vs documentaires; livres adultes vs livres jeunes; livres épais vs...
- ☹ Évitez à tout prix de parler de littérature **de passage**, de littérature **de transition**, ou de lecture **temporaire**!

Procédures et règlements

- ☺ Limitez-vous aux règlements essentiels, c'est-à-dire ceux qu'il

faut absolument connaître pour ne pas être pénalisé.

Questions

Pour clarifier une question qu'on comprend mal:

😊 Faites répéter le client.

😊 Reformulez sa question en d'autres termes.

😊 Montrez que vous écoutez en utilisant des expressions comme **je vois, je comprends**, et même le passe-partout **Hum! Hum!**

Les questions arrivent souvent après coup, bien après que l'information ait été donnée. En général, ça signifie qu'une relation de confiance commence à s'installer;

Les questions sont souvent surprenantes.

😞 Évitez de **déduire** ce qu'ils veulent savoir.

Le regard

Les personnes analphabètes sont facilement décontenancées ou

désorientées:

- 😊 Adressez-vous à eux en les regardant dans les yeux pour vérifier leur compréhension ou leur intérêt.
- 😊 En les regardant dans les yeux, vous leur signifiez également votre propre intérêt à leur égard.

Trucs et astuces

- 😊 Attendez les questions.
- 😊 Favorisez la manipulation des livres par un fouillis systématique mais invitant.
- 😞 Ne remplacez pas les livres au fur et à mesure. Montrez-leur quoi faire avec les livres non retenus.
- 😊 Faites référence à vos propres préjugés.
- 😊 Laissez-vous porter par vos coups de coeur.
- 😊 Amenez **physiquement** vos visiteurs devant le rayon qui les intéresse: sports, cuisine, psychologie, danse...

- ☺ Remettez par écrit à votre client l'information qu'il vous a demandée ou encerclez sur un dépliant la partie pertinente.

- ☺ Si possible, effectuez l'accueil en dehors des heures d'ouverture; informez vos visiteurs que la bibliothèque est ouverte exceptionnellement pour eux.

Vocabulaire: équivalences

Puristes, ne lisez pas ceci!

- # Certains mots sont très clairs pour les analphabètes:
 - abonnement
 - règlement
 - amende
 - carte de membre

D'autres mots demandent quelques précisions. À la première rencontre, il vaut peut-être mieux privilégier certaines expressions plus signifiantes pour vos visiteurs:

- **information** au lieu de *comptoir de prêt*
- **livres** au lieu de *monographies*
- **revues et journaux** au lieu de *périodiques*
- **classement** au lieu de *système de classification*
- **histoires inventées** au lieu de *fiction*

- **sujets** au lieu de *documentaires*

Et de grâce, oubliez les **notices**, les **ordres de classement**, les **vedettes-matières**, et les **systèmes intégrés de gestion de documents**!

Conclusion: ***Pour commencer...***

☹ ***Pour commencer***, il faut bien dire que «l'aventure» de ***la Bibliothèque dont vous êtes le héros*** reste fort incomplète et fort imparfaite.

Il s'agit, bien sûr, d'un document de travail, dans tous les sens du terme: on y travaille encore et il devrait servir à nous faire travailler un peu moins pour rien!

Cette ***aventure*** m'apparaît cependant essentielle pour rester branché sur la véritable mission d'une bibliothèque de quartier et pour rester en contact avec les besoins réels de l'ensemble des clientèles.

L'esprit qui devrait présider à tout accueil se résume en peu de mots :

😊 **FAIRE DU CAS PAR CAS**
groupe par groupe, individu par individu

😊 **DÉCOMPOSER**
l'information à transmettre en procédant étape par étape

😊 **SIMPLIFIER**
l'information en ramenant à l'essentiel

😊 **MODÉREZ VOS AMBITIONS**

la majorité de vos clients ne veulent pas tout savoir,
en tout cas, pas tout de suite!

😊 **MODÉREZ LEURS TRANSPORTS**

les formateurs sont eux-mêmes des *héros*
de la même espèce que le personnel des bibliothèques;
ils ne se rendent pas toujours compte
des difficultés propre à son organisation.

Le parcours idéal, d'*Alpha à Bibliothèque*, n'est pas encore écrit.

Mais si on ne sait pas toujours exactement quoi faire, quoi dire et
comment, on sait de mieux en mieux ce qu'il ne faut *pas* faire.

Certaines pistes sont définitivement à éliminer:

😞 **LES VISITES-MODÈLES**

😞 **LES VISITES «MUR-À-MUR»**

😞 **LES VISITES «UNE FOIS POUR TOUTES»**

Il reste beaucoup de pistes à explorer 😞 et à *aménager*. Pour le

moment, il faudra lire ce texte comme un «état de la réflexion».

Il gagnera très certainement à être revu, expérimenté et augmenté régulièrement de vos propres observations.

D'Alpha à Bibliothèque, il peut y avoir un monde 😞 ou un pas 😊 . C'est selon. Pour le client analphabète, il faut de toutes façons un «héros» pour franchir ce pas ou pour l'aider à le franchir.

Chez vous, dans votre bibliothèque, ce «héros», c'est probablement vous!