



**Donner une voix nationale aux bibliothèques australiennes**

**Sue Hutley**  
Directrice exécutive  
Australian Library and Information Association  
(ALIA)  
Deakin ACT, Australia

*Traduit par:  
Benjamin Girard Bond*

**Meeting:** **87. Management of Library Associations, Library Theory and Research, Management and Marketing, Education and Training, Statistics and Evaluation, LIS in Developing Countries SIG**

---

WORLD LIBRARY AND INFORMATION CONGRESS: 76TH IFLA GENERAL CONFERENCE AND ASSEMBLY  
10-15 August 2010, Gothenburg, Sweden  
<http://www.ifla.org/en/ifla76>

---

**Résumé :**

*La Australian Library and Information Association (ALIA) a entrepris un projet de lobbying et de promotion (2009-2012) qui s'attaquera à deux problématiques fondamentales : d'abord, le besoin de s'exprimer à l'unisson face au gouvernement, et ensuite l'importance d'avoir un point de convergence.*

*Les bibliothèques ont tendance à s'attarder sur les facteurs qui les séparent plutôt qu'à ceux qui les unissent. Le lobbying et la promotion nécessitent une autre façon de penser, car ensemble, nous sommes beaucoup plus forts et nous pouvons influencer le gouvernement de façon plus efficace.*

*Les bibliothèques s'inscrivent dans plusieurs objectifs gouvernementaux : l'alphabétisation, l'éducation, la santé, le cybergouvernement, la citoyenneté électronique, l'inclusion sociale, la vitalité économique et l'innovation. Plutôt que de gaspiller notre énergie en poursuivant toutes les occasions de faire pression, nous devons nous concentrer sur quelques questions dans le cadre desquelles nous pouvons démontrer de façon claire notre efficacité. Tout le reste suivra.*

*En étudiant les modèles étrangers, notamment en Grande-Bretagne et aux États-Unis, l'ALIA a repéré des stratégies gagnantes et adopté quatre domaines de concertation. La recherche soutient une nouvelle approche prometteuse qui a déjà permis à notre association une place au Parlement de Canberra.*

*Le premier sommet des bibliothèques publiques de l'ALIA s'est déroulé en juillet 2009. Des données quantitatives et qualitatives, transmises directement aux ministres et via les médias sociaux et d'autres nouvelles voies de communication, ont suivi, permettant à l'ALIA de faire de grands progrès en très peu de temps.*

*Outre de nouveaux rapports qui nous ont permis de porter un regard neuf sur la situation, tels que « Better Beginnings », de la Edith Cowan University, et « Keeping Young Australians Reading », du "Centre for Youth Literature, les bibliothèques australiennes s'arment d'éléments de preuve et de statistiques produites par des partenaires universitaires dans le domaine des sciences humaines, des sciences sociales et des arts afin de convaincre le gouvernement fédéral de la nécessité d'investir dans le réseau des bibliothèques.*

*Parallèlement, un travail s'effectue à la base grâce à la campagne Every Member an Advocate, qui fournit de la formation, du soutien et des outils aux gestionnaires et aux employés des bibliothèques.*

---

## **DONNER UNE VOIX NATIONALE AUX BIBLIOTHÈQUES AUSTRALIENNES**

### **Introduction**

L'Australie possède une population d'environ 22 millions et plus de 50 associations de bibliothèques. Il existe des associations indépendantes de bibliothèques publiques dans six États. Il y a non seulement une association nationale de bibliothèques scolaires, mais aussi de petits groupes d'intérêt, tels que la Catholic Primary Teacher Librarians' Association (Association des enseignants-bibliothécaires au primaire catholiques). Il y a aussi le Council of Australian University Librarians (Conseil des bibliothécaires universitaire de l'Australie), la Arts Libraries Society of Australia and New Zealand (Société des bibliothèques d'art de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande), la Australian Law Librarians' Association (Association des bibliothécaires de droit de l'Australie) et le Australian Government Libraries Information Network (Réseau d'information des bibliothèques gouvernementales de l'Australie). Chaque association a son propre rôle et ses propres membres, mais lorsque vient le temps de faire pression et de faire de la promotion, il est essentiel que le secteur australien des bibliothèques s'exprime « à l'unisson » - et c'est là qu'entre en jeu le leadership de l'ALIA, la Australian Library and Information Association.

En 2009, l'ALIA a lancé un programme de promotion de trois ans à l'intention du secteur des bibliothèques, programme qui vise deux objectifs fondamentaux : d'abord, la nécessité de s'exprimer à l'unisson face au gouvernement, et ensuite, l'importance d'avoir un point de convergence. La recherche soutient notre approche et j'ai le plaisir d'annoncer que nous avons déjà des réussites à partager.

Dans cet article, je parlerai d'abord des grands principes qui sous-tendent nos activités de lobbying et de promotion; des différents types d'organismes impliqués et qui travaillent de concert; des facteurs qui affectent la façon dont nous représentons les bibliothèques, surtout lorsque notre public-cible est gouvernemental; de la façon dont nous voyons le rôle de l'ALIA et des autres associations; de notre campagne *Every Member is an Advocate*<sup>1</sup>, et de trois études de cas qui illustrent la promotion en action.

## 1. Grands principes

### 1.1 La définition du lobbying et de la promotion

On pense souvent que le lobbying et la promotion sont une seule et même chose, mais ils sont en réalité différents.

- Promotion : Geste de plaider en faveur de, d'offrir son appui, ou de recommander.
- Lobbying : Tentative d'influencer les actions des fonctionnaires, et en particulier des législateurs.

Les professionnels des bibliothèques pratiquent la promotion chaque jour, presque sans y penser. Ils parlent des choses fantastiques que font les bibliothèques et encouragent les gens à venir profiter des espaces et les services qui y sont offerts. Ça ne demande pas beaucoup d'effort, mais il est judicieux de développer une approche planifiée qui réitérera constamment les messages plutôt qu'une approche improvisée.

Le lobbying est plus précis. Il vise un résultat tangible, que ce soit un changement de politique, une augmentation du financement, ou la construction d'une nouvelle bibliothèque. Il demande un effort spécial – une stratégie, un plan et des actions.

### 1.2 Tous les membres sont des porte-parole<sup>2</sup>

Bien que ce ne soit pas tous les membres de l'ALIA qui aient le besoin ou les aptitudes pour faire du lobbying, nous croyons que tous les membres de la principale association professionnelle de bibliothèque australienne devraient se faire porte-parole du secteur. Cette année, nous offrirons dans toutes les capitales d'État et de territoire une série d'ateliers gratuits pour nos membres, qui viseront à partager et à développer la capacité à faire de la promotion pour tous les types d'employés en bibliothèque. Plusieurs centaines de professionnels des bibliothèques assisteront à ces ateliers en 2010.

---

<sup>1</sup> Pour plus d'information sur la campagne *Every Member an Advocate*, consultez le <http://www.alia.org.au/every.member.advocate.html> (visité le 31 mai 2010, en anglais).

<sup>2</sup> Ibid.

### 1.3 Une série de messages convenus

Dans le lobbying comme dans la promotion, moins, c'est mieux. Le gouvernement et les autres publics cibles trouvent difficile de faire affaire avec un secteur fragmenté au sein duquel plusieurs voix ont des demandes quelques peu différentes. Pour être réellement efficace, le lobbying et la promotion doivent passer par plusieurs voix qui disent la même chose : une série de messages clairs qui viennent de plusieurs directions.

Les bibliothèques ont tendance à s'attarder aux facteurs qui les séparent plutôt qu'à ceux qui les unissent. Le lobbying et la promotion nécessitent une autre façon de penser, car ensemble, nous sommes beaucoup plus forts et nous pouvons influencer le gouvernement de façon plus efficace.

En 2010, nous avons rassemblé les autres associations nationales de bibliothèques à une table ronde afin de convenir des sujets pour lesquels nous ferions pression à l'occasion de l'élection fédérale.

### 1.4 Un organisme principal de lobbying

Bien que plusieurs groupes aient un rôle à jouer dans l'élaboration de ces messages, dans la transmission à leurs publics, et pour s'assurer que leurs propres intérêts sont représentés, tout projet de lobbying doit se doter d'un organisme principal qui sera mandaté de négocier au nom du secteur.

Le gouvernement ne veut pas s'asseoir à la table de négociation avec plusieurs groupes pour en arriver à un accord, ce qui compliquerait les choses et forcerait le compromis. Le gouvernement préfère s'asseoir avec un seul organisme qui parle au nom de tous les groupes. À la table ronde, l'ALIA présentera les messages convenus au nom de toutes les bibliothèques australiennes.

### 1.5 L'importance de la concertation

Les bibliothèques s'inscrivent dans plusieurs objectifs gouvernementaux : l'alphabétisme, l'éducation, la santé, le cybergouvernement, la citoyenneté électronique, l'inclusion sociale, la vitalité économique et l'innovation. Plutôt que de gaspiller notre énergie en poursuivant toutes les occasions de faire pression, nous devons nous concentrer sur quelques questions dans le cadre desquelles nous pouvons démontrer de façon claire notre efficacité.

Par exemple, lors de cette période de promotion, les bibliothèques publiques australiennes se concentreront sur quatre thèmes : les enfants et l'alphabétisme en bas âge, la citoyenneté électronique, l'inclusion sociale, et la santé et le vieillissement.

### 1.6 Exemples appuyés par la recherche

Les données non scientifiques jouent un rôle important dans le lobbying et la promotion. Nous réagissons tous aux histoires de familles sans livres qui se

sont vues transformées par la découverte de leur bibliothèque publique locale, ou par les étudiants des cycles supérieurs dont la découverte de nouveaux documents à la bibliothèque leur permettent de pousser plus loin leurs recherches.

Néanmoins, il faut donner une fondation solide au lobbying et à la promotion grâce à des données scientifiques. Bien que le secteur des bibliothèques, et à plus forte raison le secteur des bibliothèques australien, ne possède généralement pas les moyens de produire de la recherche inédite, nous faisons tout ce que nous pouvons. Par exemple, l'ALIA investit dans la production d'un sondage<sup>3</sup> tous les trois ans afin de suivre l'utilisation d'Internet dans les bibliothèques publiques australiennes.

### 1.7 Des attentes réalistes face au lobbying

Il y a quatre façons d'exercer notre influence : en persuadant les leaders d'opinion d'adopter notre point de vue; en identifiant ce qui a été promis et en réclamant une explication de la part de ceux qui ont brisé leurs promesses; en stimulant l'imagination du public; et en recueillant des données systématiques qui confirment ou qui vont à l'encontre des croyances établies.

Le lobbying ne garantit pas l'atteinte des résultats, mais il y a toujours des façons de maximiser nos chances. La première, c'est de s'en tenir aux combats que l'on peut gagner, même si les chances sont minimes. Il ne sert à rien de gaspiller nos efforts en poursuivant un objectif impossible à atteindre. La deuxième, c'est de s'assurer d'avoir des arguments solides, ce qui nous assurera le soutien de la communauté et nous permettra de recruter des partenaires. Il est important de reconnaître ses faiblesses et de s'en occuper dès le départ plutôt que de se fermer les yeux et de voir ses arguments affaiblis. C'est pourquoi il est crucial de bien examiner notre recherche et de s'assurer qu'elle confirme nos affirmations – et lorsqu'il y a d'autres conclusions possibles, de les admettre. Troisièmement, il faut être prêt à négocier certains aspects de notre proposition. Les politiciens ont aussi leurs propres objectifs et, quoiqu'ils soient prêts à faire des concessions sur certains points, ils pourraient ne pas pouvoir en faire sur d'autres.

### 1.8 Les buts à long terme de la promotion

Bien que la promotion ne produise pas de résultats immédiatement apparents, une approche bien planifiée doit prévoir des buts à long terme. Par exemple, il faut se préparer et rencontrer les agences de financement bien à l'avance avant de faire une importante demande de financement ou d'engagement.

Lorsque la promotion devient une pratique établie et que des relations durables sont établies avec les gens d'influence et les décideurs-clés, il devient moins important de faire du lobbying, et il est plus probable que celui-ci produise des résultats.

---

<sup>3</sup> Pour plus d'information sur le sondage sur l'accès à Internet dans les bibliothèques publiques, consultez le <http://www.alia.org.au/advocacy/internet.access/> (visité le 31 mai 2010)

## 1.9 L'importance des partenariats

Les bibliothèques qui se mobilisent ensemble mais en isolation n'ont pas le même pouvoir et le même impact que les bibliothèques qui forment des partenariats avec d'autres groupes, que ce soit la collectivité locale ou des organismes représentant d'autres secteurs.

## 2. Travailler ensemble

Dans cette section de mon article, je parlerai principalement du lobbying. Au cours des 12 derniers mois, en Australie, nous avons été témoins d'excellents exemples de façons dont les partenariats entre les associations de bibliothèques et d'autres organismes dans d'autres secteurs produisent des résultats positifs, et en particulier en matière de financement des bibliothèques, du statut des bibliothécaires-enseignants et de l'engagement du gouvernement fédéral envers les bibliothèques scolaires, et de la contestation de la proposition du gouvernement de l'Australie de rendre obligatoire le filtrage d'Internet par les fournisseurs d'accès Internet.

L'ALIA a travaillé de concert avec des groupes de pression, des lobbyistes professionnels, d'autres associations, des entreprises commerciales, les médias et des vedettes afin de produire des résultats positifs.

### 2.1 Les groupes de pression

Les groupes de pression se forment lorsque l'opinion publique se cristallise. Ils sont créés par des individus passionnés et engagés qui se mobilisent pour une cause en particulier, et lorsqu'un résultat satisfaisant est atteint, ils se dissolvent généralement. Ils emploient des tactiques de guérilla ainsi qu'un discours et des affirmations provocateurs pour parvenir à leurs fins.

C'est ici que se pose l'inévitable question : « Pourquoi notre association ne pourrait-elle pas faire cela? » Je crois que nous pouvons certainement faire office de catalyseur en fournissant à nos membres des faits et des données fondées sur de la recherche, qui étayeront leurs arguments passionnés. Nous pouvons reconnaître et applaudir leurs efforts, mais il faut aussi regarder le tableau dans son ensemble.

À titre d'organisme-clé du secteur, nous serons peut-être appelés à négocier avec le gouvernement sur plusieurs points et nous devons évaluer comment nos actions dans un domaine affecteront nos chances d'atteindre nos objectifs dans un autre.

Nous croyons que les associations professionnelles et les groupes de pression jouent des rôles distincts mais complémentaires en matière de lobbying.

## 2.2 Les lobbyistes professionnels

Les lobbyistes professionnels sont onéreux, mais ils valent bien leurs honoraires. Ils donnent des conseils judicieux, organisent des rencontres de dernière minute avec des personnalités influentes, et tirent parti des procédures parlementaires pour s'assurer que nos messages parviennent aux bons destinataires.

Bien que dans l'ensemble, tout cela fonctionne bien, certains politiciens n'aiment pas avoir affaire aux lobbyistes professionnels qui représentent plusieurs clients différents. Les lobbyistes peuvent aussi créer une certaine distance entre les messages-clés et les gens du secteur qui peuvent les transmettre avec passion.

## 2.3 Comment travailler de concert

Nous croyons qu'il doit y avoir un négociateur principal – un seul organisme – à la tête de toute entreprise de lobbying, mais il y a toute de même une place pour les autres associations à la table des négociations. En fait, en démontrant notre solidarité, nous envoyons un signal clair : nous sommes forts et sûrs de nous.

## 2.4 Entreprises commerciales

Par le passé, les bibliothèques ont eu des relations tendues avec les entreprises commerciales. Bien que certaines bibliothèques acceptent de plein gré des commandites en argent, elles sont souvent nerveuses à l'idée de créer des partenariats plus étroits de peur d'entacher la réputation de leur institution.

Nous voyons les choses différemment. Au cours de la dernière année, nous avons fait l'expérience d'un partenariat avec Google et Yahoo!<sup>4</sup> au sujet d'une question qui nous touche tous : le filtrage obligatoire d'Internet par les fournisseurs d'accès Internet. En adoptant une approche de saine gestion du partenariat, nous avons profité de leur pouvoir, de leur financement et de leurs relations pour atteindre des sphères que nous n'aurions pas pu atteindre seuls. Il ne fait aucun doute que la portée et la visibilité de notre campagne ont été grandement accrues par nos partenariats avec des multinationales, et nous ne croyons pas que la réputation des bibliothèques n'ait souffert de cette collaboration.

## 2.5 Autres partenaires

Généralement parlant, en matière de lobbying et de promotion, les partenariats avec d'autres organismes, tels que Adult Learning Australia, Blue Shield Australia et OCLC, nous ont aussi aidé à accroître notre portée et

---

<sup>4</sup> Pour plus d'information sur le groupe Internet plus sécuritaire, consultez le <http://www.saferinternetgroup.org> (visité le 31 mai 2010) .

notre visibilité. Simplement en joignant des réseaux, ils nous ont aussi aidé à transmettre nos messages-clés à de nouveaux publics.

## 2.6 Les médias

Les bibliothèques ont la chance de bénéficier de l'appui de la population, et ceci se reflète sur la couverture que les médias accordent aux bibliothèques, et en particulier en ce qui a trait aux questions de financement ou d'éventuelles fermetures.

La meilleure publicité s'obtient lorsque la collectivité parle au nom des bibliothèques. Il est beaucoup plus efficace que ce soit les usagers de la bibliothèque se mobilisent plutôt que ceux qui ont un intérêt particulier.

## 2.7 Représentants vedettes

On ne peut pas non plus ignorer l'impact des représentants vedettes ou d'un personnage de marque. L'année passée, nous avons démarré le programme d'ambassadeur des bibliothèques publiques de l'ALIA<sup>5</sup> à titre de projet pilote en Australie-Occidentale, en Nouvelle-Galles du Sud et dans l'État de Victoria. Nous avons maintenant cinq ambassadeurs : un commissaire de police, un animateur de radio, un journaliste de renom, un auteur et un politicien local. Ils ont tous participé à la semaine des bibliothèques et de l'information et à l'heure du conte nationale simultanée<sup>6</sup>, et nous leur avons demandé de l'aide en d'autres circonstances, par exemple lorsque certaines bibliothèques étaient menacées de coupes budgétaires.

## 3. Les facteurs qui affectent la façon de faire du lobbying et de la promotion pour les bibliothèques

### 3.1 Restrictions sur le lobbying

La promotion est une prolongation naturelle de l'enthousiasme que les professionnels des bibliothèques témoignent pour leur rôle et pour leur institution. Néanmoins, les bibliothèques financées par le gouvernement peuvent se retrouver dans une situation tendue, voire intenable, lorsque vient le temps de faire de la promotion. Pour cette raison, dans le cadre de notre campagne *Every Member an Advocate*, nous conseillons aux bibliothèques de trouver plutôt appui chez les groupes « d'amis » de la bibliothèque et de recruter des représentants qui seront en mesure de se prononcer contre certaines mesures lorsque les cadres de la bibliothèque se trouveront dans l'impossibilité de s'exprimer.

---

<sup>5</sup> Pour plus d'information sur le programme d'ambassadeur des bibliothèques publiques de l'ALIA, consultez le <http://www.alia.org.au/publiclibraries/ambassadors/> (visité le 31 mai 2010).

<sup>6</sup> Pour plus d'information sur ces campagnes, consultez le <http://www.alia.org.au/advocacy> (visité le 31 mai 2010).



Bien sûr, c'est aussi ici que l'ALIA, l'association professionnelle principale, peut apporter une valeur ajoutée à ses membres, car nous pouvons faire de la promotion en leur nom.

### 3.2 Relation avec les cibles du lobbying

Une autre raison pour laquelle l'ALIA et ses partenaires ont été appelés à intervenir, c'est que la relation qu'ont les cadres des bibliothèques et les organismes qui les financent aurait pu être lésée par une campagne de lobbying agressive.

Par exemple, dans certains États, l'association du gouvernement local (LGA) négocie l'accord de financement des bibliothèques publiques avec le gouvernement d'État. Le LGA peut conseiller aux bibliothèques publiques de modérer leurs demandes pour un financement accru à mesure que les négociations avancent, mais cela n'empêche aucunement les autres organismes – l'ALIA, les groupes « d'amis », ou les associations de bibliothèques des autres États – de continuer à s'exprimer.

Ainsi, les associations de bibliothèques et les groupes de pression locaux peuvent jouer un rôle de soutien et ainsi permettre aux bibliothèques au cœur du débat de demeurer en bons termes avec les cibles du lobbying.

## 4. Le rôle de l'ALIA

Nous considérons que le rôle de l'Association en ce qui a trait au lobbying et à la promotion est de :

- aider le secteur à produire un certain nombre de messages convenus;
- agir à titre de représentant principal lors des négociations avec le gouvernement fédéral;
- concentrer les efforts;
- donner accès à de la recherche;
- établir des partenariats avec d'autres organismes afin d'accroître notre portée et notre visibilité;
- organiser des événements;
- faciliter la communication;
- permettre à tous nos membres de participer.

### 4.1 Aider le secteur à produire un certain nombre de messages convenus

En tant que représentant principal et grâce à la connaissance approfondie du secteur qu'ont nos employés, nous servons de plateforme d'information. Nous avons plusieurs groupes d'intérêt, y compris celui sur les bibliothèques publiques, celui sur les bibliothèques spécialisées, et celui sur les bibliothèques des écoles professionnelles. Nous entretenons aussi de bonnes relations avec les autres associations de bibliothèques. Nous organisons des rencontres en personne et des téléconférences afin de permettre à tous de donner leur opinion, après quoi nous adoptons une approche « cabinet »,

selon laquelle tous les groupes conviennent d'un certain nombre de messages-clés.

#### 4.2 Agir à titre de représentant principal lors des négociations avec le gouvernement fédéral

Au fil des ans, et particulièrement au cours des 12 derniers mois, nous avons redoublé d'efforts pour nous faire connaître au parlement. Nous entretenons maintenant des relations avec les politiciens et avec leurs conseillers, dont nous pouvons tirer parti au nom du secteur. On a fait appel à nous afin de fournir des renseignements aux enquêtes gouvernementales du Sénat et nous faisons souvent des présentations<sup>7</sup> au gouvernement et aux commissions royales. On s'adresse aussi directement à nous pour soumettre des demandes de subventions au nom du secteur australien des bibliothèques.

#### 4.3 Concentrer les efforts

Tous les domaines du secteur des bibliothèques ont leurs problèmes propres, et tous ont une longue liste de souhaits. Notre rôle est d'extraire quelques fils conducteurs qui orienteront nos efforts de promotion au nom du secteur. La lecture pour le plaisir, l'éducation continue, la littérature numérique et l'accès aux ressources électroniques sont des thèmes qui trouvent écho avec la plupart des bibliothèques.

#### 4.4 Donner accès à la recherche

Bien que nous ne soyons capables de financer qu'une étude originale et substantielle par année, nous sommes en mesure de diffuser la recherche effectuée en Australie et ailleurs dans le monde. Outre de nouveaux rapports qui nous ont permis de porter un regard neuf sur la situation, tels que *Better Beginnings*<sup>8</sup>, de la Edith Cowan University, et *Keeping Young Australians Reading*<sup>9</sup>, du Centre for Youth Literature, nous utilisons les conclusions et les statistiques produites par des partenaires universitaires dans le domaine des sciences humaines, des sciences sociales et des arts<sup>10</sup> afin de convaincre le gouvernement fédéral de la nécessité d'investir dans le réseau des bibliothèques.

Nos membres ont accès à ces rapports et à d'autre information par le biais du site Web de l'ALIA, et nous citons fréquemment ces documents dans nos présentations<sup>11</sup> au gouvernement.

---

<sup>7</sup> Pour plus d'information sur les propositions de l'ALIA, consultez le <http://www.alia.org.au/advocacy/submissions> (visité le 31 mai 2010).

<sup>8</sup> Pour plus d'information sur *Better Beginnings*, de la Edith Cowan University, consultez le <http://www.better-beginnings.com.au> (visité le 31 mai 2010).

<sup>9</sup> Pour plus d'information sur *Keeping Young Australians Reading*, du Centre for Youth Literature, consultez le [http://www.slv.vic.gov.au/about/information/publications/policies\\_reports/keeping-reading.html](http://www.slv.vic.gov.au/about/information/publications/policies_reports/keeping-reading.html) (visité le 31 mai 2010).

<sup>10</sup> Pour plus d'information sur le Centre for Humanities, Arts and Social Sciences, consultez le <http://www.chass.org.au/> (visité le 31 mai 2010).

<sup>11</sup> Ibid. 10

#### 4.5 Établir des partenariats avec d'autres organismes afin d'accroître notre portée et notre visibilité

En Australie, le secteur des organismes sans but lucratif est très dynamique et plusieurs de ces organismes sont prêts à se joindre aux bibliothèques sur le plan national. Nous nous sommes associés avec Vision Australia, avec le Big Book Club et avec d'autres organismes afin de parler des bibliothèques dans le contexte, par exemple, de l'aide aux personnes ayant de la difficulté à lire les imprimés, de l'accueil aux immigrants, ou de la promotion de l'éducation continue.

#### 4.6 Organiser des événements

Chaque année, nous organisons des événements<sup>12</sup> qui peuvent servir d'occasion de faire de la promotion pour les bibliothèques. Le plus important est la Semaine des bibliothèques et de l'information, qui a lieu en mai. Parmi les activités, on compte l'heure du conte nationale simultanée, qui se tient partout en Australie et qui, cette année, a fait connaître *Little White Dogs Can't Jump*, de Bruce Whatley et Rosie Smith. Il y a aussi le jour des amoureux des bibliothèques, le 14 février, le club de lecture d'été, et le mois de la sensibilisation à l'information.

En 2009, nous avons organisé le premier Sommet des bibliothèques publiques de l'ALIA<sup>13</sup> à Canberra, et nous y avons invité des politiciens et des conseillers à venir rencontrer des personnalités du monde des bibliothèques et de discuter de quatre thèmes : l'enfance et l'alphabétisme en bas âge, la citoyenneté numérique, l'inclusion sociale, et la santé et le vieillissement. Les 50 places ont rapidement été prises et, à partir de cette première séance, plusieurs projets ont été mis en marche, dont les Standards nationaux pour les bibliothèques publiques australiennes, la Vision nationale et le cadre de travail pour les bibliothèques publiques, et l'Année nationale de la lecture en 2012.

Aussi, en 2009, nous avons produit le *Little Book of Public Libraries*<sup>14</sup> (petit livre des bibliothèques publiques) sur le modèle de la publication britannique. Nous en avons vendu 30 000 copies et il s'est avéré être un outil extrêmement utile lors de rencontres avec des conseillers locaux, d'État ou nationaux.

#### 4.7 Faciliter la communication

Pour être couronnés de succès, la promotion et le lobbying doivent reposer sur une communication efficace et soutenue. Nous avons plus de 80 listes de

---

<sup>12</sup> Ibid. 8

<sup>13</sup> Pour plus d'information sur le ALIA Public Libraries Summit, consultez le <http://www.alia.org.au/governance/committees/public.libraries/summit09/> (visité le 31 mai 2010)

<sup>14</sup> Pour plus d'information sur le *Little Book of Public Libraries*, see URL: <http://www.alia.org.au/publiclibraries> (visité le 31 mai 2010)

distribution<sup>15</sup> qui sont très utilisées par la communauté des bibliothèques, en plus de notre magazine mensuel en couleur et des infolettres<sup>16</sup> à l'intention de nos groupes d'intérêt.

Nous tenons des réunions, organisons des téléconférences, et nous utilisons une panoplie de médias – non seulement les médias traditionnels, tels que les journaux, la radio et la télévision, mais aussi les sites de réseautage social, les blogues et les wikis. Facebook s'est montré particulièrement utile pour rassembler les gens derrière une cause. Twitter est aussi très répandu chez les professionnels des bibliothèques australiens.

#### 4.8 Permettre à tous nos membres de participer

Pour plusieurs employés des bibliothèques, le lobbying et la promotion sont une prolongation naturelle de leur travail de promotion des bibliothèques. Pour d'autres, ce peut être plus difficile. C'est pourquoi en 2010, l'ALIA a mis sur pied 16 ateliers de promotion dans huit villes de l'Australie dans le cadre de notre campagne *Every Member an Advocate*<sup>17</sup>.

### 5. Campagne *Every Member an Advocate*<sup>18</sup>

La campagne *Every Member an Advocate* fournit de la formation, du soutien et des outils aux gestionnaires et employés des bibliothèques.

Sur une section spéciale de notre site Web, il est possible de télécharger le *ALIA Guide to Lobbying and Advocacy* (Guide de l'ALIA sur le lobbying et la promotion)<sup>19</sup> et une présentation que les gestionnaires de bibliothèques peuvent montrer à leurs employés. Il y a aussi des liens vers d'autres campagnes et un numéro de téléphone que les membres peuvent appeler pour demander de l'aide du responsable de notre projet de promotion.

Nous estimons qu'à la fin de 2010, plus de 300 membres de l'ALIA auront eu l'occasion de participer à un atelier d'*Every Member is an Advocate* et que plusieurs autres membres profiteront indirectement de la campagne lorsque ces délégués partageront leurs apprentissages avec leurs équipes.

---

<sup>15</sup> Pour plus d'information sur les listes de distributions de l'ALIA, consultez le <http://www.alia.org.au/alianet/e-lists/> (visité le 31 mai 2010)

<sup>16</sup> Pour plus d'information sur les publications de l'ALIA consultez le <http://www.alia.org.au/publishing> (visité le 31 mai 2010)

<sup>17</sup> Ibid. 2

<sup>18</sup> Ibid. 2

<sup>19</sup> Pour plus d'information sur le *Guide to Lobbying and Advocacy* de l'ALIA, consultez le <http://www.alia.org.au/advocacy/> (visité le 31 mai 2010).

## 6. Études de cas

### 6.1 Le Groupe pour un Internet plus sécuritaire<sup>20</sup>

Lorsque le Ministère d'Internet, des Communications et l'Économie numérique (Department of Broadband, Communication and the Digital Economy, ou DBCDE) a proposé d'instituer le filtrage d'Internet par les fournisseurs d'accès Internet en décembre 2009, l'ALIA a pris les devants afin de protester contre cette mesure au nom des bibliothèques et de tous les Australiens.

Le gouvernement australien propose de bloquer tout le contenu classifié refusé (Refused Classification, ou RC), ce qui engloberait l'exploitation sexuelle d'enfants, la bestialité, la violence sexuelle et toute instruction détaillée relative à des crimes ou à la consommation de drogue. L'ALIA était inquiet que même si le gouvernement pouvait garantir que seul le contenu classifié refusé serait filtré, cette liste noire ne contiendrait que des URL. Le blocage d'adresses par les fournisseurs d'accès Internet n'aurait aucun effet sur le partage de poste à poste, sur la messagerie instantanée, sur les courriels et sur le clavardage, par le biais desquels s'effectue la plupart des activités liées à la pornographie juvénile, ce qui pourrait donner aux parents un faux sentiment de sécurité et l'idée que leurs enfants naviguent sur un Internet « sécuritaire ».

Le filtrage d'Internet est si intimement lié à la censure qu'il va à l'encontre d'un des principes fondamentaux de la bibliothéconomie : la liberté d'accès à l'information. Nous avons beaucoup communiqué au sein du secteur et la réaction de presque tous était que nous devons stopper ces mesures du gouvernement.

Pour cette raison, nous nous sommes joints à Google et à Yahoo! pour fonder le Groupe pour un Internet plus sécuritaire. Ensemble, nous avons travaillé sur des points sur lesquels nous étions tous d'accord. Plutôt que le filtrage par les fournisseurs d'accès Internet, nous avons demandé :

- la création d'un programme national d'éducation à la sécurité sur Internet;
- une augmentation significative de la surveillance;
- et des mesures techniques axées sur les sites présentant de l'exploitation sexuelle des enfants.

*Untangling the Net*<sup>21</sup> est l'une des initiatives auxquelles faisait référence notre campagne. Cette étude a été menée par la University of New South Wales, la Edith Cowan University et le ARC Centre for Creative Industries and Innovation à la Queensland University of Technology. Ce document de 46 pages explique les conclusions auxquelles en sont venus les chercheurs de

---

<sup>20</sup> Ibid. 6

<sup>21</sup> Pour plus d'information sur *Untangling the Net*, consultez le [http://www.ecu.edu.au/pr/downloads/Untangling\\_The\\_Net.pdf](http://www.ecu.edu.au/pr/downloads/Untangling_The_Net.pdf) (visité le 31 mai 2010).

ces institutions en ce qui a trait au filtrage d'Internet par les fournisseurs d'accès. En voici un résumé :

En se fondant sur notre étude de la recherche internationale, nous soutenons que l'Australie ne devrait pas mettre en application un système de classification des contenus qui traite différents médias de façon incohérente sur Internet, sans jamais ne considérer les failles déjà existantes dans la réglementation et les particularités complexes d'Internet. *Internet n'est pas un médium* : c'est un tout nouvel environnement média qui nous oblige à repenser comment nous allons réglementer les contenus, protéger les groupes vulnérables et définir la relation entre les consommateurs et les producteurs de médias.

L'un des risques évidents de focaliser la politique publique et les ressources publiques sur la réglementation des contenus, c'est que plusieurs parents et enseignants pourraient ressentir un faux sentiment de sécurité par rapport aux contenus que leurs enfants consultent en ligne. Ce risque est particulièrement élevé lorsque le système de réglementation est fondé sur une liste noire, qui, par sa nature même, ne peut qu'intercepter et représenter un échantillon minime des contenus dangereux sur Internet.<sup>22</sup>

L'ALIA et les autres membres du Groupe pour un Internet plus sécuritaire, maintenant appuyés par d'autres organismes, tels la Guilde des gestionnaires de systèmes de l'Australie et la Internet Society, ont présenté une proposition au gouvernement en février 2010. La proposition de l'ALIA<sup>23</sup> a été signée par 13 associations de bibliothèques et représentait les bibliothèques universitaires, scolaires et gouvernementales, ainsi que des bibliothèques d'État, nationales, de droit, des bibliothèques publiques et les Friends of Libraries Australia. L'ALIA a aussi soumis une autre proposition au comité paritaire sur la sécurité sur Internet en juin 2010.

Grâce aux services d'une firme de lobbying professionnelle, des réunions ont été organisées avec des ministres et leurs conseillers, ainsi qu'avec l'opposition et les Verts. La présence de noms connus ont donné à la campagne plus de dynamisme et a accru sa visibilité au-delà des cercles gouvernementaux, pour faire finalement les manchettes nationales et internationales et ligne et dans les médias traditionnels.

## **6.2 Les bibliothèques scolaires et le rôle des enseignants-bibliothécaires**

Cette étude de cas remonte à plusieurs années. Au fil des ans, les investissements dans les bibliothèques scolaires de l'Australie et le rôle des enseignants-bibliothécaires se sont graduellement estompés en raison des

---

<sup>22</sup> Ibid, p ii.

<sup>23</sup> Vous pouvez consulter la proposition de l'ALIA sur le filtrage obligatoire d'Internet par les fournisseurs au [http://www.alia.org.au/advocacy/submissions/mandatory\\_filtering.html](http://www.alia.org.au/advocacy/submissions/mandatory_filtering.html) (visité le 31 mai 2010).

coupes budgétaires effectuées par les ministères de l'éducation en vue de financer d'autres domaines.

Selon une étude menée en 2007 par l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), l'Australie était passée de la deuxième à la sixième place en ce qui a trait à l'alphabétisme, derrière la Finlande, la Corée du Sud, Hong Kong, le Canada et la Nouvelle-Zélande.

En mai 2009, deux études publiées dans le cadre du Projet de recherche sur les bibliothèques scolaires australiennes (en anglais : Australian School Libraries Research Project, ou ASLRP)<sup>24</sup> ont démontré que les bibliothèques scolaires manquaient désespérément de financement et que leur personnel professionnel était forcé de passer de plus en plus de temps à l'extérieur de la bibliothèque.

Grâce au financement de l'ALIA et de l'Association australienne des bibliothèques scolaires (en anglais : Australian School Library Association, ou ASLA)<sup>25</sup>, la Edith Cowan University a entrepris le projet ASLRP, qui a révélé qu'environ 50% des bibliothèques scolaires australiennes étaient forcées de fonctionner avec un budget matériel annuel de moins de 10 000 dollars australiens.

Il en est ressorti que les employés, très dévoués, jouent un rôle crucial dans l'apprentissage des capacités de lecture et d'écriture qui profiteront aux enfants toute leur vie durant, mais que ces mêmes employés font face à d'énormes pressions.

L'ALIA et l'ASLA ont conclu une alliance en vue de diffuser ces résultats dans le monde des bibliothèques et de communiquer des messages-clés au gouvernement. Cette question a été abondamment couverte et un groupe de pression du nom de The Hub<sup>26</sup> s'est formé pour faire la promotion de la campagne pour des bibliothèques publiques de qualité en Australie.

L'ASLA et The Hub ont fait du lobbying auprès du Ministère de l'Éducation, à la tête duquel siège la vice-première ministre Julia Gillard, et cette alliance a réussi à amorcer une enquête gouvernementale sur les bibliothèques et les enseignants-bibliothécaires dans les écoles australiennes<sup>27</sup>, qui a été annoncée au début de l'année 2010.

---

<sup>24</sup> Pour plus d'information sur le Australian School Libraries Research Project consultez le <http://www.chs.ecu.edu.au/portals/ASLRP/publications.php> (visité le 31 mai 2010).

<sup>25</sup> For more information about the Australian School Library Association, see URL: <http://www.asla.org.au> (visité le 31 mai 2010)

<sup>26</sup> Pour plus d'information sur The Hub, consultez le <http://hubinfo.wordpress.com/> (visité le 31 mai 2010)

<sup>27</sup> Pour plus d'information sur l'enquête gouvernementale sur les bibliothèques et les enseignants-bibliothécaires dans les écoles australiennes, consultez le <http://www.aph.gov.au/house/committee/edt/schoollibraries/index.htm> (visité le 31 mai 2010)



Cette campagne arrive à un moment où le gouvernement fédéral s'est engagé dans la Building the Education Revolution<sup>28</sup>, des mesures de relance économique conçues pour protéger l'Australie de la crise financière mondiale en investissant d'importantes sommes dans nos infrastructures scolaires, y compris dans le cadre de milliers de projets de construction d'écoles australiennes comprenant la construction ou la rénovation de bibliothèques, d'espaces communs, et de salles de classe.

Notre message-clé au gouvernement était que c'était une chose de bâtir de nouvelles bibliothèques scolaires, mais que sans matériel et sans personnel qualifié, ces bibliothèques couraient le risque de devenir des coquilles vides. Ces affirmations sont clairement énoncées dans la vidéo<sup>29</sup> qui a été produite par le canal télévisé du parlement pour promouvoir l'enquête gouvernementale.

L'ALIA et l'ASLA ont tenu des téléconférences tout au long de l'enquête gouvernementale et des audiences publiques dans toutes les capitales d'État afin de garder les bénévoles et les associations au courant des derniers développements de l'enquête. L'ALIA et l'ASLA ont donné des présentations au comité à deux occasions.

Plusieurs associations de bibliothèques australiennes et plusieurs membres individuels ont aussi présenté des propositions, mais les messages-clés et les recommandations étaient les mêmes, y compris :

- Du financement dans le but d'effectuer de la recherche sur les bibliothèques scolaires, y compris sur les statistiques, les standards de dotation en personnel, les meilleures pratiques et les ressources pour la communauté des bibliothèques scolaires;
- Le développement d'un nouveau modèle de financement qui assurera la présence d'un enseignant-bibliothécaire dans toutes les écoles;
- Des occasions de perfectionnement professionnel pour les enseignants-bibliothécaires et pour les autres membres de l'équipe-école.

L'ALIA a fourni à ses membres l'occasion de participer à ses activités de lobbying. Par exemple, un lettre, disponible sur notre site Web, peut être signée et envoyée aux politiciens locaux et aux autres personnalités influentes. Nous avons aussi demandé aux membres leur signature sur une lettre de soutien et nous avons reçu plus de 700 réponses. Nos efforts se poursuivent et nous signalons tous nos progrès sur une page Web sur les bibliothèques scolaires créée par l'ALIA.

---

<sup>28</sup> Pour plus d'information sur Building the Education Revolution, consultez le <http://www.deewr.gov.au/schooling/buildingtheeducationrevolution/> (visité le 31 mai 2010)

<sup>29</sup> Pour visionner la vidéo, consultez le [http://www.aph.gov.au/house/house\\_news/](http://www.aph.gov.au/house/house_news/) (visité le 31 mai 2010)



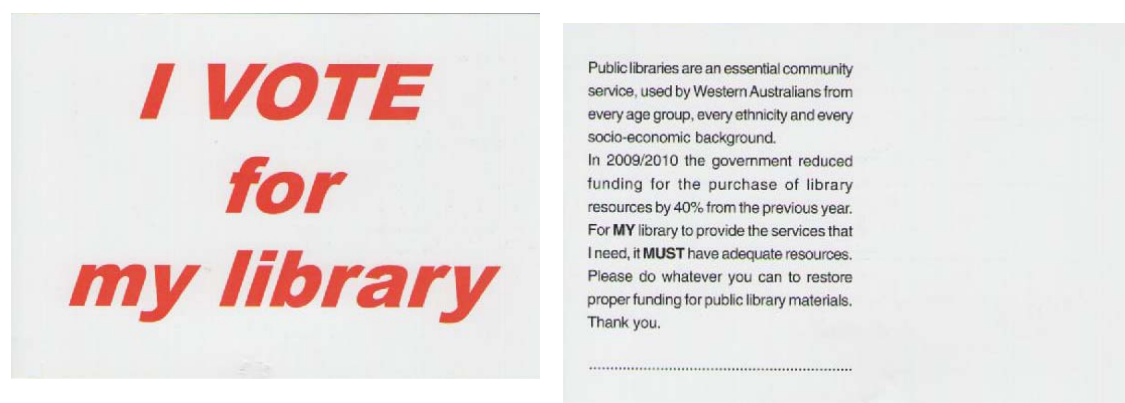
### 6.3 Le financement des bibliothèques publiques de l'Australie Occidentale

Le gouvernement de l'État de l'Australie-Occidentale a gonflé le financement aux bibliothèques publiques en 2008-2009, pour ensuite le réduire en 2009-2010 malgré une forte croissance de la population et une forte utilisation du réseau des bibliothèques. Le retrait de ce financement additionnel représente une coupe de 40% à la contribution du gouvernement d'État, soit plus de 4,3 millions de dollars australiens. Ce financement ne peut pas être remplacé par le gouvernement local.

L'Association du gouvernement local de l'Australie-Occidentale a représenté les bibliothèques publiques lors des négociations avec le gouvernement d'État en présentant un dossier d'analyse officiel demandant au gouvernement de faire passer sa contribution de 6,5 millions de dollars à 11 millions de dollars dans le budget de mai 2010.

Le ministre de la Culture de l'opposition a accepté l'appel au gouvernement d'État pour une augmentation du financement pour les bibliothèques publiques, mais le ministre de la Culture, John Day, a refusé de confirmer que le budget prévoirait une augmentation du financement. Il fallait donc agir. Peu importe ses convictions, en raison de la nature de la campagne, la Bibliothèque d'État n'a pas pu prendre les devants ou commenter la situation.

S'est ensuivi une campagne à la base menée par l'association locale des bibliothèques publiques, Public Libraries WA, pilotée par les bibliothécaires en bibliothèque publique de l'Australie-Occidentale, et appuyée par l'ALIA. Des cartes postales et des autocollants de pare-chocs ont été produits localement et, lorsqu'elles en avaient le droit, les bibliothèques publiques ont distribué ces cartes postales pour que leurs usagers les signent et les envoient aux politiciens et aux autres gens influents.



Les médias ont repris la nouvelle. Les bibliothèques publiques ont fait les manchettes dans les journaux et aux stations de radio locales. L'ALIA a averti les deux ambassadeurs des bibliothèques de l'État afin qu'ils puissent agir en coulisses, et, grâce à notre réseau de communication, nous avons publicisé la situation de l'Australie-Occidentale et les derniers développements à nos

membres. Une lettre a aussi été publiée dans le courrier des lecteurs du plus important journal de l'Australie-Occidentale. Sur notre site Web<sup>30</sup>, nous avons placé un modèle de lettre que nos membres ont pu envoyer au premier ministre et au ministre de la Culture de l'Australie-Occidentale.

En avril 2010, le ministre de la Culture a confirmé que le financement aux bibliothèques publiques serait accru – pas jusqu'aux 11 millions de dollars demandés, mais à plus de 9 millions de dollars australiens. C'était une victoire claire pour les bibliothèques publiques dans la situation économique actuelle, et particulièrement puisque cette somme serait ajustée proportionnellement à l'index des prix à la consommation au cours des trois prochaines années.

---

<sup>30</sup> Pour plus d'information sur la campagne de l'ALIA pour le financement des bibliothèques publiques de l'Australie Occidentale, consultez le <http://www.alia.org.au/publiclibraries> (visité le 31 mai 2010).

## Conclusion

Le rôle de l'ALIA dans le processus de lobbying et de promotion, ainsi que son fonctionnement en pratique, est illustré ci-dessous :

<b>ÉTAPE 1</b> CONCERTATION	<b>Identifier le besoin</b> – surveiller la recherche et le secteur	<b>Recueillir les preuves</b> – rassembler les études disponibles	<b>Rassembler le secteur</b> – réunions en personne, téléconférences
<b>ÉTAPE 2</b> COLLABORATION	<b>S'entendre sur un certain nombre de messages convenus</b>	<b>Faciliter la communication</b> – listes de distribution, blogs	<b>Fournir l'accès à la recherche</b> – Le site Web de l'ALIA sert de plateforme d'information
<b>ÉTAPE 3</b> DÉVELOPPEMENT	<b>Recruter des partenaires</b> – trouver les meilleurs pour accroître la portée et la visibilité de la cause	<b>Organiser des événements</b>	<b>Permettre aux membres de participer</b> – modèles de lettres et autres sur le site Web de l'ALIA
<b>ÉTAPE 4</b> ACTION	<b>Présenter le dossier</b> – propositions, réunions en personne, réseau d'influence	<b>Publiciser le dossier</b> – via les médias en ligne et traditionnels	<b>Informers le secteur</b> – Nouvelles sur le site Web de l'ALIA et via des listes de distribution

Nous croyons que nos membres comprennent désormais mieux l'importance du lobbying et de la promotion et qu'ils ont plus confiance en eux. La campagne *Every Member is an Advocate* de l'ALIA a suscité beaucoup d'enthousiasme dans le secteur australien des bibliothèques, permettant aux bibliothèques de jouer un rôle actif dans la prise de décisions politiques après avoir trop longtemps joué un rôle passif.

Sue Hutley  
Directrice exécutive  
Australian Library and Information Association  
9-11 Napier Close, Deakin ACT 2600  
[sue.hutley@alia.org.au](mailto:sue.hutley@alia.org.au)