

La clientèle de la bibliothèque de la station de métro McGill

Users at the McGill Metro Station Library

Los usuarios de la biblioteca de la estación de metro McGill

Nicole Lavigne

Volume 29, Number 2, April–June 1983

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1053630ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1053630ar>

[See table of contents](#)

Article abstract

The author analyzes the findings of a survey on the users of a branch of the Montreal Municipal Library, at the McGill metro station, and presents a summary of the conclusions brought in the research report.

Publisher(s)

Association pour l'avancement des sciences et des techniques de la documentation (ASTED)

ISSN

0315-2340 (print)

2291-8949 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Lavigne, N. (1983). La clientèle de la bibliothèque de la station de métro McGill. *Documentation et bibliothèques*, 29(2), 59–68. <https://doi.org/10.7202/1053630ar>

Tous droits réservés © Association pour l'avancement des sciences et des techniques de la documentation (ASTED), 1983

This document is protected by copyright law. Use of the services of Érudit (including reproduction) is subject to its terms and conditions, which can be viewed online.

<https://apropos.erudit.org/en/users/policy-on-use/>

Érudit

This article is disseminated and preserved by Érudit.

Érudit is a non-profit inter-university consortium of the Université de Montréal, Université Laval, and the Université du Québec à Montréal. Its mission is to promote and disseminate research.

<https://www.erudit.org/en/>

La clientèle de la bibliothèque de la station de métro McGill

Nicole Lavigne*

Banque nationale
Montréal

L'auteure analyse ici les résultats d'une enquête sur la clientèle d'une succursale de la Bibliothèque municipale de Montréal située à la station de métro McGill et résume les conclusions du rapport de recherche.

Users at the McGill Metro Station Library

The author analyzes the findings of a survey on the users of a branch of the Montreal Municipal Library, at the McGill metro station, and presents a summary of the conclusions brought in the research report.

Los usuarios de la biblioteca de la estación de metro McGill

En este artículo el autor analiza los resultados de una encuesta realizada entre los usuarios de una sucursal de la Biblioteca Municipal de Montreal situada en la estación de metro McGill. También resume las conclusiones sobre la investigación contenidas en el informe.

Le 14 décembre 1981, la Bibliothèque municipale de Montréal ouvrait une succursale sur la passerelle de la station de métro McGill, située au cœur du quartier des affaires de la métropole et dans un secteur où défilent quotidiennement plus de 73 000 personnes. On fondait de grands espoirs sur cette succursale. Georges S. Zimbel écrivait dans le *Wilson Library Bulletin*:

Library administrators in Montreal think this branch will have strong spin-off effect that will increase the use of public library facilities throughout the city. Its great visibility in a high traffic area has already attracted many new clients... This 2 000 square foot branch is predicted to have a circulation of 500 000 the first year...¹

Au 1^{er} décembre 1982, soit un peu moins d'un an après l'ouverture de la bibliothèque, on avait enregistré 134 235 prêts. Ce chiffre était fort satisfaisant même s'il était inférieur aux premières prévisions. On faisait jusque là une moyenne de 600 à 700 prêts par jour et 6 826 abonnés étaient inscrits.

Les gens qui utiliseraient la bibliothèque devaient, croyait-on, travailler dans le secteur et

voyager en métro. Ils voudraient, en déduisant, des livres faciles à transporter et ne seraient pas intéressés à emprunter plusieurs livres à la fois.

La rapidité du prêt (service entièrement mécanisé) et la disponibilité des nouvelles parutions caractérisent la bibliothèque. Il faut aussi noter que le classement par rubriques remplace les systèmes traditionnels comme celui de Dewey ou celui du Congrès. La succursale est une bibliothèque de prêt.

But de la recherche

Après six mois d'opération il nous apparaissait intéressant de découvrir les caractéristiques de la clientèle de cette bibliothèque. Même si la bibliothèque est d'un type particulier, la clientèle pourrait être semblable à celle des autres bibliothèques publiques. Une étude comparative en profondeur permettrait de répondre à ces questions mais notre analyse s'est limitée à la clientèle de la bibliothèque Métro-McGill. Le but de la recherche était essentiellement l'identification

* Étudiante à l'École de bibliothéconomie de l'Université McGill, l'auteure est également responsable du centre de documentation de la Banque nationale.

1. Georges S. Zimbel, «Special report: A station in metro», *Wilson Library Bulletin*, February 1982, 435.

de la clientèle. Les variables retenues sont le sexe, le pays d'origine, la langue maternelle, l'âge, le degré de scolarité, l'occupation, le genre de travail et le lieu de domicile.

Nous nous attardons également aux raisons pour lesquelles la clientèle fréquente cette bibliothèque, de même qu'aux jours et aux heures habituels de fréquentation. Nous avons tâché de découvrir les habitudes de lecture des usagers et d'obtenir leur évaluation des services offerts.

Nous avons voulu vérifier, au cours de notre recherche, trois énoncés: 1) La clientèle de la bibliothèque Métro-McGill se compose de personnes qui habitent tous les quartiers de Montréal; 2) La clientèle de la succursale Métro-McGill est formée en grande majorité de personnes qui travaillent dans le secteur (population active du centre-ville); 3) Les gens fréquentent la bibliothèque Métro-McGill à cause principalement de la proximité du travail et des facilités d'accès à la succursale (métro).

Nous voulions, de plus, évaluer la proportion de la clientèle de la bibliothèque qui fréquentait déjà une autre succursale de la bibliothèque municipale ou la bibliothèque centrale elle-même et la proportion des nouveaux membres. Nous voulions identifier la manière dont l'utilisateur avait appris l'existence de la succursale et nous voulions apprécier l'impact réel, après quelques mois d'activités, qu'avait eu l'établissement d'une bibliothèque au centre d'affaires de la métropole sur le recrutement de nouveaux lecteurs. En d'autres termes, nous voulions savoir si la clientèle de la succursale Métro-McGill était formée de gens qui avaient tout simplement changé de succursale pour des raisons pratiques telle la proximité du travail ou du domicile, ou si la succursale avait vraiment contribué à faire connaître le service de bibliothèque publique et recruté de nouveaux adeptes.

L'enquête a enfin permis d'obtenir un «feedback» sur les services offerts et de mesurer le degré de satisfaction des usagers, notamment à l'égard de la période de prêt en vigueur (deux semaines seulement), des heures d'ouverture (horaire des magasins), du mode de classement (par rubriques), etc.

Méthodologie

Cueillette des données

L'enquête a été effectuée à l'aide de questionnaires imprimés et distribués par le personnel de la succursale Métro-McGill aux usagers qui y sont venus durant la période fixée. Une lettre d'accompagnement expliquait au répondant le contenu et le but du questionnaire et sollicitait sa collaboration.

Le questionnaire comprenait seize questions. Nous avons opté pour des questions à choix multiples auxquelles l'utilisateur pouvait répondre rapidement. La question 16, ouverte celle-là, sollicitait les commentaires et suggestions de l'utilisateur. Le questionnaire fut limité à une feuille imprimée recto-verso afin d'inciter le plus possible l'utilisateur à répondre aux questions. Les questions étaient regroupées en trois parties: 1 à 7 (données personnelles), 8 à 13 (bibliothèque Métro-McGill), 14 à 16 (habitudes de lecture et évaluation des services).

Les questionnaires furent imprimés en français et en anglais.

Le pré-test fut effectué les 18 et 19 juin 1982. Cent questionnaires furent distribués, cinquante en français et cinquante en anglais. Un taux exceptionnel de participation fut enregistré: quatre-vingt-un questionnaires nous furent acheminés et 73 ont pu être analysés. Le codage et l'analyse des données du pré-test nous ont permis de vérifier la clarté des questions. Aucune modification majeure ne fut apportée au questionnaire par la suite. Nous avons néanmoins indiqué clairement que le questionnaire était imprimé recto-verso et nous avons ajouté les rubriques «affaires», «artisanat», «cuisine», et «philosophie» à la question: Quels genres d'ouvrages empruntez-vous le plus souvent? Le mot «horticulture» fut remplacé par «jardinage» afin de faciliter la compréhension.

L'échantillonnage fut établi à partir des personnes qui se sont présentées à la bibliothèque pour emprunter ou rapporter des volumes entre le 27 septembre et le 4 octobre 1982. Nous avons distribué 820 questionnaires au cours de cette période, 500 en français et 320 en anglais. Nous avons reçu 494 réponses dont 486 ont pu être analysées soit 59,26% des questionnaires distribués.

Comme aucun contrôle n'a été effectué sur l'identité de la personne à qui le questionnaire était remis, respectant ainsi l'anonymat du répondant, nous n'avons aucun moyen d'effectuer des rappels de questionnaires. Compte tenu de notre façon de procéder, le taux de participation fut très satisfaisant.

Limitations

Comme nous l'avons noté plus haut, l'échantillonnage retenu est limité aux usagers qui se sont rendus à la bibliothèque du 27 septembre au 4 octobre 1982.

Bien que nous n'ayons aucune possibilité de vérifier la représentativité de ce groupe par rapport à l'ensemble de la clientèle de la bibliothèque, on peut supposer qu'il est représentatif puisque 12% des usagers inscrits à la bibliothèque ont été rejoints.

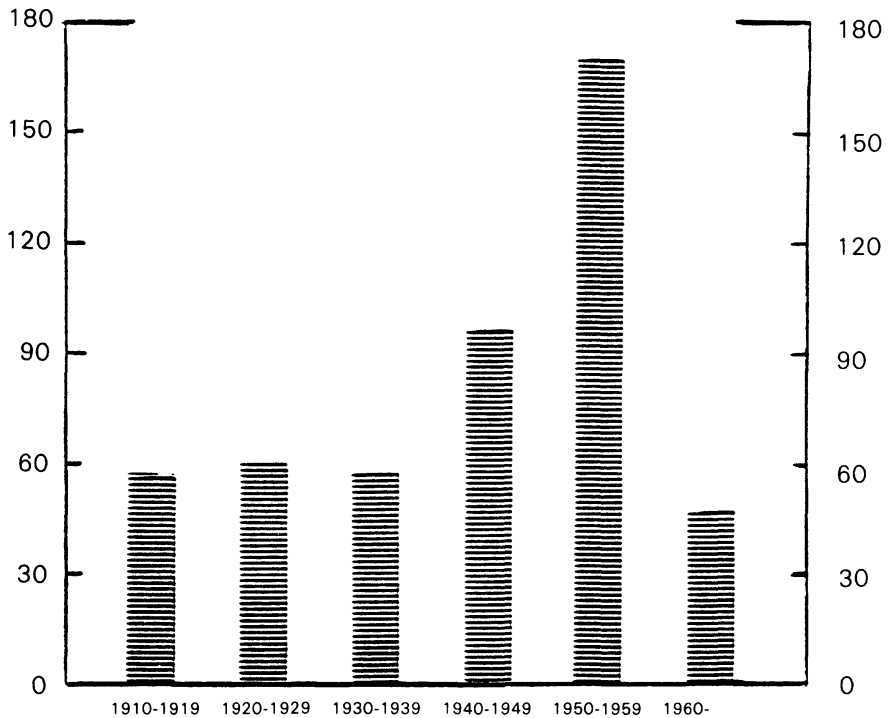
Rappelons que le taux de réponse a été de 59,25%. Comme la bibliothèque comptait alors 6 826 abonnés, cela représentait 7,23% de la clientèle. Le nombre de répondants dont les questionnaires ont pu être analysés représentaient, pour leur part, 7,11% des inscrits au moment de l'enquête.

Résultats

L'identification de la compilation des données selon le sexe, le pays d'origine, la langue maternelle, l'âge, le degré de scolarité, l'occupation et le quartier habité a permis l'identification de la

clientèle. Le groupe analysé se compose de 327 femmes et de 159 hommes. Vraisemblablement, les femmes représenteraient 67,28% des usagers. La clientèle de la succursale Métro-McGill est relativement jeune: 217 répondants sont nés après 1950. C'est dire que 44,65% des répondants avaient 32 ans ou moins. Si l'on ajoute à ces usagers, les 96 répondants nés entre 1940 et 1949, on voit que 64,40% de la clientèle serait âgée de 42 ans et moins. Toutefois, la succursale compte des usagers de plus de soixante-deux ans (56 répondants ou 11,52%) alors que 170 usagers étaient nés entre 1950 et 1959. La figure 1 illustre la pyramide d'âge de la clientèle.

FIGURE 1
Répartition de la clientèle
par groupes d'âge



Les usagers de la succursale sont d'origines diverses. En plus des Québécois et des Canadiens, les répondants sont originaires de trente-huit pays différents: 12, d'Afrique, 21, d'Amérique, 65, d'Europe, 17, d'Asie et 1, d'U.R.S.S. Trois cent soixante-trois étaient originaires du Canada soit 75,78% du groupe.

La langue maternelle (la première langue parlée et encore comprise) était le français pour 296 répondants, l'anglais pour 122 et 51 personnes avaient une autre langue maternelle. Plus de la moitié des répondants, soit 50,92% avaient fait des études universitaires et 24,33% des études post-secondaires. Cent onze répondants sur 485 (22,88%) avaient atteint le niveau secondaire (7-12) alors que 9 seulement (1,86%) n'avaient fait que des études primaires (1-6). Le niveau de scolarité le plus élevé se retrouve chez les gens nés entre 1950 et 1959.

Deux cent quatre-vingt-dix-huit personnes (61,44%) occupaient un emploi à temps plein (30 heures et plus par semaine), 56 travaillaient à temps partiel (moins de 30 heures par semaine), 59 étaient sans emploi et 72 demeuraient à la maison. Le tableau 1 illustre la répartition de la clientèle selon le genre d'occupation.

Afin d'établir la répartition de la clientèle selon le quartier, nous avons demandé au répondant de nous indiquer son code postal. En tenant compte des trois premiers indices du code postal, nous avons pu déterminer que 16 répondants seulement (3,33%) habitaient le secteur postal H3A où est située la bibliothèque. Nous avons toutefois considéré les répondants des secteurs H2W, H2X, H2Y, H2Z, H3B, H3C et H5B comme des résidents du voisinage immédiat.

Comme l'indique le tableau 2, 82 répondants (17,08%) habitent à proximité de la succursale, 373 (77,71%), des secteurs éloignés et 25 répondants (5,21%), à l'extérieur de Montréal. La clientèle est donc répartie un peu partout dans Montréal. Il semblait donc intéressant d'identifier les raisons d'utilisation de la succursale Métro-McGill puisqu'elle est éloignée du domicile de 82,92% des répondants.

TABLEAU 1
Répartition de la clientèle
Métro-McGill
par genres d'occupation

Occupation	N	%
Administration.....	80	16,50
Travail de bureau.....	113	23,30
Enseignement.....	38	7,84
Vente.....	20	4,12
Médecine et santé.....	15	3,09
Hôtellerie/Restauration.....	12	2,47
Transport.....	3	0,62
Sciences naturelles, génie et mathématiques (ingénieurs, etc.).....	2	0,41
Sciences sociales (économistes, sociologues, psychologues, bibliothécaires, etc.).....	31	6,39
Domaine artistique et littéraire (dessinateurs, publicitaires, photographes, rédacteurs traducteurs, etc.).....	22	4,54
Industries de transformation....	5	1,03
Manutentionnaires.....	7	1,44
Retraités.....	17	3,51
Sans emploi.....	23	4,74
Etudiants.....	44	9,07
«A la maison».....	53	10,93
Total	485	100,00

TABLEAU 2

Quand, comment, pourquoi?

Répartition de la clientèle Métro-McGill selon les secteurs

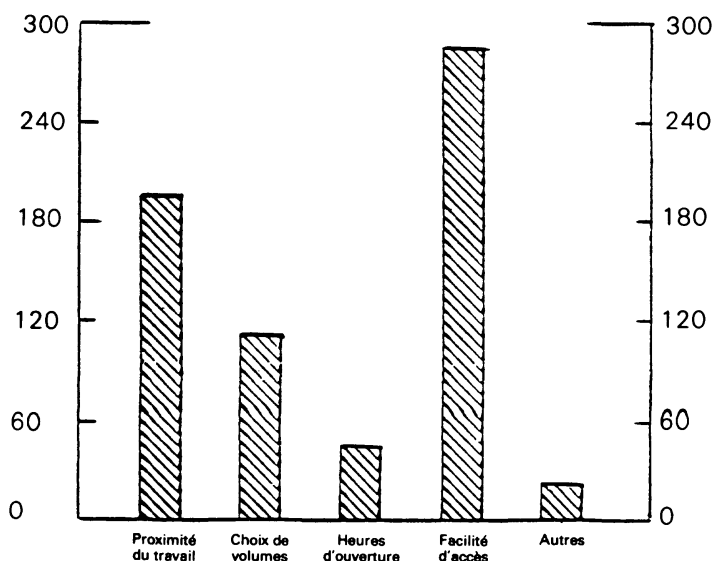
A proximité de la succursale ...	82	17,08%
Eloignées:		
H1	73	
H2	131	
H3	111	
H4	58	
Total	373	77,71%
A l'extérieur de Montréal:		
H1A, H1B	6	
H7	4	
H8	3	
H9	1	
J0-J6	11	
Total	25	5,21%
Grand total	480	100,00%

La seconde partie du questionnaire était consacrée à la succursale Métro-McGill. A la question «Comment avez-vous su que la succursale Métro-McGill existait?», le répondant devait pointer l'une des possibilités suivantes: lors d'une promenade, en vous rendant à votre travail, par un(e) ami(e), par la publicité, autre. Deux cent quarante-deux usagers (49,79%) ont répondu avoir appris l'existence de la bibliothèque tout à fait par hasard lors d'une promenade. Cent quatre personnes (21,40%) ont appris l'existence de la bibliothèque grâce à la publicité. 87 personnes (17,90%) en se rendant à leur travail et 52 seulement (10,70%), par l'entremise d'un(e) ami(e).

Par la question 9, nous voulions mesurer la proportion des nouveaux abonnés au réseau de bibliothèques de la ville de Montréal. Les résultats de l'enquête ont montré que 329 répondants étaient de nouveaux usagers recrutés par la succursale. Ce chiffre représente 67,57% de la clientèle analysée. Cent cinquante-quatre répondants (32,43%) étaient déjà membres d'une bibliothèque du réseau dont 84 (17,35%) de la bibliothèque centrale.

Nous avons ensuite voulu connaître les raisons de l'utilisation de la succursale. La figure 2 permet de constater que la facilité d'accès est le facteur dominant. Suivent, dans l'ordre, la proximité du travail, le type de volumes et les heures d'ouverture.

FIGURE 2 Raisons d'utilisation de la succursale Métro-McGill



Les questions 11 et 12 concernaient les jours et les heures de fréquentation de la bibliothèque. Quatre cent huit répondants sur 484 (84,30%) disaient aller à la bibliothèque du lundi au vendredi, 40 y allaient le samedi (8,26%) alors que 36 personnes (7,44%) s'y rendaient indifféremment sur semaine ou le samedi. Quant aux heures de fréquentation, l'enquête a démontré que 227 répondants (43,24%) venaient à la bibliothèque entre 11 heures et 14 heures et 172 (32,76%) entre 14 heures et 18 heures. Très peu de personnes se rendaient à la bibliothèque en matinée. Les personnes qui occupent un emploi à temps plein iraient à la bibliothèque entre 11 heures et 14 heures (160 cas) alors que les personnes sans emploi ou qui demeurent à la maison s'y rendraient à toute heure.

Habitudes de lecture des usagers

Nous voulions évaluer, grâce à la dernière partie du questionnaire, les habitudes de lecture des

usagers. Nous avons établi dix-neuf catégories d'ouvrages, plus une possibilité «autre», et nous avons demandé au répondant de pointer les genres d'ouvrages ordinairement empruntés. La compilation de ces données permet de connaître les habitudes de lecture des usagers et aussi si l'on regroupe des variables, à déterminer *qui lit quoi*. Le tableau 3 indique le nombre de réponses obtenues pour chaque catégorie d'ouvrages selon le sexe.

Nous avons ensuite regroupé les catégories d'ouvrages lus selon l'âge des répondants (tableau 4). Cette compilation montre que les personnes nées entre 1910 et 1919 lisent d'abord des romans. Mais ils lisent également des biographies (26 répondants), des nouveautés (22), des livres sur l'histoire (15) et des livres québécois (12). C'est chez les personnes nées entre 1950 et 1959 que les bandes dessinées sont les plus populaires (27 mentions). C'est également cette catégorie d'âge qui s'intéresserait le plus aux ouvrages de science-fiction et aux problèmes contemporains.

TABLEAU 3
Catégories d'ouvrages le plus
souvent empruntés
selon le sexe

Catégories d'ouvrages	Nombre de mentions		
	F	H	Total
Affaires	16	20	36
Artisanat	27	9	36
Arts	43	29	72
Bandes dessinées	34	20	54
Biographies	123	40	163
Bricolage	16	16	32
Cuisine	42	17	59
Géographie	17	13	30
Histoire	68	45	113
Jardinage	21	6	27
Livres québécois	57	21	78
Médecine-Santé	42	12	54
Nouveautés	171	61	232
Philosophie	31	23	54
Poésie	2	-	2
Psychologie	79	27	106
Problèmes contemporains	43	31	74
Romans, policiers, aventures	200	78	278
Science-fiction	49	41	90
Sports	10	16	26

TABLEAU 4
Catégories d'ouvrages le plus
souvent empruntés
par groupes d'âge

Décennie	1910-1919	1920-1929	1930-1939	1940-1949	1950-1959	1960-	Total
Affaires	1	2	7	9	15	2	36
Artisanat	6	4	8	8	8	2	36
Arts	8	9	11	20	21	3	72
Bandes dessinées	-	2	1	13	27	11	54
Biographies	25	29	29	25	43	11	163
Bricolage	4	4	4	8	9	3	32
Cuisine	7	5	9	17	17	4	59
Géographie	6	4	5	4	8	2	30
Histoire	15	18	16	24	35	5	113
Jardinage	3	10	7	8	3	1	32
Livres québécois	12	10	8	16	28	4	78
Médecine-Santé	7	8	8	7	19	5	54
Nouveautés	22	27	35	41	92	15	232
Philosophie	5	4	8	17	13	7	54
Poésie	-	-	-	1	1	-	2
Psychologie	11	12	17	18	36	12	106
Problèmes contemporains	9	6	12	17	25	4	74
Romans, policiers, aventure	30	32	29	56	101	30	278
Science-fiction	5	10	6	20	42	7	90
Sports	-	6	2	3	13	2	26

Nous avons enfin poursuivi notre étude en liant les catégories d'ouvrages aux occupations. Le tableau 5 contient les résultats de cette opération. On remarquera que les personnes «à la maison» lisaient surtout des romans, des nouveautés et des biographies. Il est aussi intéressant de noter que les bandes dessinées sont populaires chez les administrateurs, chez les employés de bureau et chez les étudiants.

Évaluation des services et commentaires

La dernière partie du questionnaire était réservée à l'évaluation des services et aux commentaires. Le répondant était invité à donner son appréciation en pointant les colonnes «excellent», «bon», «passable», ou «pauvre». Comme on pourra l'observer au tableau 6, c'est la rapidité du service qui obtient la meilleure cote avec 326 mentions d'excellence et une moyenne de 3,63 sur une possibilité de 4 tandis que la facilité à trouver l'ouvrage désiré est l'élément le moins coté (moyenne de 2,49). La propreté du local,

l'accueil réservé au client et les heures d'ouverture sont des facteurs fort appréciés (3,55, 3,57 et 3,46 respectivement). La qualité et la diversité des volumes obtiennent des mentions de passable à bonne (3,08 et 2,68) de même que la quantité d'ouvrages (2,53). Quant à l'aspect extérieur de la succursale, il est jugé de passable à bon avec des moyennes de 3,42 (éclairage), de 2,98 (espace) et de 2,95 (décoration).

Deux cent soixante et un répondants ont tenu à nous faire part de leurs commentaires et suggestions. Cinquante commentaires étaient d'ordre général (félicitations, remerciements, etc.). Quarante-cinq personnes ont abordé la nature de la collection et 78, le rangement des volumes. Soixante-trois commentaires concernaient le local lui-même et l'ameublement (étagères trop basses) Treize usagers ont souligné leur appréciation de la gratuité du service et des facilités d'accès. Enfin, six personnes ont demandé que d'autres succursales soient ouvertes dans des stations du métro! Somme toute, des commentaires élogieux et très positifs dans l'ensemble.

TABLEAU 6
Évaluation des services à la
succursale Métro-McGill

Services:	Excellent (4)	Bon (3)	Passable (2)	Pauvre (1)	Moyenne (sur 4)
Accueil	290	175	16	3	3.55
Rapidité	326	137	18	1	3.63
Facilité à trouver l'ouvrage désiré	85	192	153	85	2.49
Choix de volume					
- qualité	143	238	72	16	3.08
- quantité	52	168	178	45	2.53
- éventail de la collection	75	209	139	40	2.68
Qualité des renseignements fournis par le personnel	187	179	36	6	3.34
Espace	147	204	89	32	2.98
Propreté	295	160	21	1	3.57
Éclairage	246	193	27	8	3.42
Décor	147	180	99	38	2.95
Choix des heures d'ouverture	271	146	38	9	3.46

Résumé des résultats

Alors que certains appréhendaient l'ouverture d'une succursale dans le métro, d'autres se réjouissaient et n'ont pas tardé à applaudir à cette initiative de la Bibliothèque municipale de la ville de Montréal.

Notre intention n'était pas de discuter le bien fondé d'une telle initiative mais de regarder fonctionner cette bibliothèque et de connaître ses clients. Or, notre recherche démontre qu'à l'exception de quelques caractéristiques propres des usagers, les attentes et opinions de la clientèle ne sont pas différentes de ce que l'on connaît ailleurs: difficulté de repérer un ouvrage désiré en l'absence de fichier, arrangement spécial des livres sur les rayons difficile à apprécier au premier regard. Dans l'ensemble toutefois, l'expérience de cette succursale est une réussite.

Après un an d'activité, la bibliothèque comptait 6 828 abonnés. De ce nombre, 67,57% étaient de nouveaux lecteurs. Si nous nous permettons une extrapolation et si nous appliquons ces résultats à l'ensemble de la clientèle, nous pouvons croire que la succursale Métro-McGill a réussi à recruter 4 612 nouveaux clients. Cet exploit justifie, à notre avis l'existence de cette succursale et aussi le renouvellement d'expériences semblables.

Notre énoncé de départ sur le lieu de résidence des usagers s'est révélé juste de même que celui sur leur occupation. Plus de 61% des usagers occupaient un emploi à temps plein; 17% seulement d'entre eux habitaient à proximité de la succursale et les autres venaient de tous les coins de la ville et même de l'extérieur.

L'hypothèse selon laquelle on fréquentait la bibliothèque à cause de la proximité du lieu de travail et des facilités d'accès s'est également révélée juste: 286 personnes ont noté la facilité d'accès comme facteur d'utilisation et 197 ont souligné la proximité de leur lieu de travail.

L'aspect cosmopolite de la clientèle a également été confirmé: les usagers étaient originaires de trente-huit pays différents au moins.

Conclusion

Nous avons brossé, croyons-nous, le tableau le plus fidèle possible de la clientèle de la succursale Métro-McGill à la lumière des données recueillies. S'agit-il d'une clientèle-type de toute bibliothèque située dans une station de métro ou dans une gare? Pour le savoir, il faudrait comparer la clientèle observée avec celle d'autres bibliothèques semblables.

1280, THÉBERGE
C.P. 1379

**R.M.
LEDUC
& CIE.**

MARIEVILLE,
QUÉBEC J0L 1J0

MATÉRIEL DE BIBLIOTHÈQUE & RELIURE

DEMANDEZ NOTRE CATALOGUE
TÉL.: 658-0661