Association
des Bibliothécaires
de France

Région Limousin

Compte rendu : Nouveaux usages, nouvelles bibliothèques - Avril 2010

Servet Mathilde
Bibliothèque nationale de France
Titulaire d'une maîtrise de littérature et civilisations étrangères en allemand, d'un master livre et savoirs, Mathilde Servet, conservateur d'État des bibliothèques, est chef de projet numérisation à la BnF. Elle s'intéresse en parallèle aux bibliothèques troisième lieu et intervient ponctuellement en tant que consultante, notamment auprès de l'agence d'architecture Loci Anima pour la future médiathèque d'Angoulême et de l'agence d'ingénierie culturelle abcd pour le « troisième lieu » de Thionville.

Les bibliothèques troisième lieu

Une nouvelle génération d'établissements culturels
Concept encore peu répandu en France, la bibliothèque troisième lieu 1 incarne un modèle phare aux États-Unis, où l'appellation « third place library » fleurit sur la biblioblogosphère et dans la littérature bibliothéconomique. Elle y fait figure de voie d'avenir et semble se matérialiser également dans plusieurs établissements européens, notamment au Royaume-Uni, aux Pays-Bas et en Europe du Nord, où la filiation directe à ce modèle est parfois ouvertement revendiquée, à l'exemple du « Fil rouge », bibliothèque centrale de la ville de Hjoerring, au Danemark, présentée au dernier congrès de l'Ifla 2 (International Federation of Library Associations and Institutions).

Le Fil rouge, bibliothèque de Hjoerring au Danemark. Photo : Jacob Bøtter (sur Flickr)
Si le concept est abondamment utilisé, il reste toutefois peu documenté, peu explicité, et son usage peut connaître des acceptions divergentes. Il paraît donc opportun de se pencher sur ses caractéristiques afin d'en restituer l'essence et de mieux saisir le succès qu'il remporte 3.

Qu'est-ce que le troisième lieu ?

Le troisième lieu, notion forgée au début des années 1980 par Ray Oldenburg, professeur émérite de sociologie urbaine à l'université de Pensacola en Floride, se distingue du premier lieu, sphère du foyer, et du deuxième lieu, domaine du travail. Il s'entend comme volet complémentaire, dédié à la vie sociale de la communauté, et se rapporte à des espaces où les individus peuvent se rencontrer, se réunir et échanger de façon informelle.
Oldenburg insiste sur la nécessité du troisième lieu et déplore son déclin à l'issue de la Seconde Guerre mondiale, avec le développement des « automobile suburbs » américaines, banlieues tentaculaires sans véritable épicentre, où l'usage quotidien de la voiture régit la vie et éloigne les individus les uns des autres. Ces nouvelles configurations urbaines ont fait imploser les anciens rituels sociaux qui prenaient autrefois place à l'église, au marché ou dans les commerces de proximité. L'individualisation des modes de vie a conduit à l'étiolement du lien social.
Dans son ouvrage , le sociologue passe en revue nombre de troisièmes lieux (anciennes piazzas italiennes, biergarten allemands, pubs anglais, parcs, etc.) et identifie le café à son expression la plus aboutie . L'approche d'Oldenburg s'apparente à la démarche de l'École de Chicago, courant sociologique qui appréhende la ville comme un laboratoire social et explore les rapports entre agencements de l'espace et phénomènes sociaux,

entre ville et société.
Oldenburg a établi une typologie présentant les caractéristiques du troisième lieu :

• **Un espace neutre et vivant**

Il se veut un espace neutre, propice à un échange informel entre tous les membres de la communauté, procurant des opportunités de rencontres autres que celles possibles dans les sphères privée ou professionnelle. Ces espaces agissent comme niveleur social où les individus se positionnent sur un même pied d'égalité. La conversation et le partage de moments agréables avec les autres constituent l'attrait principal de ces lieux. En adéquation avec ces pratiques, l'ambiance du troisième lieu est généralement joyeuse et vivante, marquée par la curiosité, l'ouverture et le respect de l'autre. Le caractère enjoué du troisième lieu l'apparente à une grande aire de jeux. Son accessibilité le caractérise également : une large amplitude horaire et une localisation appropriée en font un endroit aisément abordable.

• **Un lieu d'habitués**

Les troisièmes lieux agissent comme « facilitateur social » et permettent de rompre la solitude ou de contrer l'ennui. On peut s'y rendre spontanément avec la certitude de se retrouver en bonne compagnie, entouré d'habitués. Leur environnement est marqué par la simplicité, mettant les gens à l'aise, les invitant à s'approprier le lieu facilement. Les troisièmes lieux offrent un cadre confortable et douillet, dans lequel les individus ont envie de séjourner plus longuement que dans certains établissements commerciaux qui incitent au passage rapide des clients d'une boutique à l'autre.

• **Comme à la maison…**

La convivialité y régnant rapproche leur atmosphère de celle du foyer, en fait de véritables home away from home. Cinq éléments confortent le troisième lieu dans sa parenté avec le foyer et surpassent parfois celui-ci en matière d'ambiance. Ainsi, il procure aux individus un ancrage physique autour duquel s'articule leur existence quotidienne, qui les enracine dans la communauté et éveille en eux un sentiment d'appartenance. Le troisième lieu est véritablement composé par ses usagers, qui lui donnent sa richesse. En son sein s'opère une regénération du lien social. C'est un des rares lieux où l'on peut être soi-même sans peur d'être soumis au jugement d'autrui. La chaleur humaine et la joie de vivre imprègnent son atmosphère.

L'œcuménisme social

L'individu en retire de multiples bénéfices personnels. Les troisièmes lieux sont garants de nouveauté et invitent à vivre une expérience inédite, brisant la monotonie du quotidien. Ils entretiennent la sensation d'aventure, d'excitation, d'inconnu. Agrégateurs de populations variées, ils décuplent les possibilités de rencontres et génèrent une forme « d'œcuménisme social ». Terreau fécond de sociabilités diverses, ils offrent une perspective différente sur l'existence, s'inscrivant en faux contre les comportements individualistes. Ils agissent comme un stimulant moral, ce qui leur confère des vertus thérapeutiques. En outre, le réseau de connaissances du troisième lieu n'est pas contraignant, car il fonctionne sur la base du volontariat. Cette forme de compagnonnage à la demande permet de lever le « paradoxe de la sociabilité » : l'individu peut s'engager à sa guise dans des interactions avec les autres, sans souscrire aux règles qui régissent habituellement les relations plus intimes. Le troisième lieu facilite ainsi un mode d'affiliation plus occasionnel et informel.

• **Un cadre propice au débat**

Il est pour Oldenburg des bienfaits encore plus nobles qu'il qualifie de « greater goods ». Les troisièmes lieux revêtent une fonction politique. Ils encouragent l'épanouissement de l'esprit démocratique en offrant un cadre propice à l'échange, aux débats publics 6. Oldenburg rappelle le rôle des tavernes dans l'histoire américaine, faisant office de forums, ouverts à l'ensemble de la population, où confrontations d'idées et positions communes nourrissaient l'opinion locale et collective. Pour le sociologue, la télévision a dépossédé les individus de leur rôle participatif à la vie collective. Les troisièmes lieux peuvent contribuer à restaurer l'engagement politique en favorisant l'association. Cette vision renvoie à celle de Tocqueville, qui avait été frappé par la vitalité des réseaux américains, pas nécessairement due à des rassemblements organisés, mais

plutôt à des rencontres improvisées, informelles. En outre, l'engagement des individus pour la communauté renforce leur sentiment de cohésion et fait des troisièmes lieux des promoteurs de valeurs positives. Respect, tolérance, ouverture et bienséance y sont tacitement de mise. Les troisièmes lieux neutralisent ainsi les comportements déviants, tout en offrant la possibilité de se décharger d'émotions négatives. Espaces de plaisir et de détente, ils nourrissent le sentiment identitaire et suppléent au déficit actuel de rites. Ce faisant, ils opèrent comme des avant-postes du domaine public et garantissent une forme d'environnement sécurisé et protégé.

Le concept appliqué aux bibliothèques

Si Oldenburg ne répertorie pas la bibliothèque au nombre des troisièmes lieux dans ses ouvrages, un autre sociologue, Robert Putnam, qui a fortement contribué à la médiatisation du capital social 7, n'hésite pas à le faire en prenant l'exemple d'une des bibliothèques de Chicago 8. Il y voit un nouveau troisième lieu, un espace vibrant d'activités, « une partie active et responsable de la communauté », un agent de changement 9. Ce constat n'est pas isolé. D'autres, sociologues, urbanistes ou bibliothécaires, trouvent cette association pertinente, notamment l'historien britannique des bibliothèques, Alistair Black, pour qui la bibliothèque a toujours opéré comme un troisième lieu : « Aux côtés d'autres établissements de la vie de tous les jours, où l'on peut traîner et se détendre, à l'instar des cafés, librairies, tavernes, lunch clubs et centres communautaires, elles [les bibliothèques] ont historiquement témoigné des qualités essentielles propres au "troisième lieu" : elles représentent des endroits neutres, gommant les clivages sociaux, plutôt sans prétention, communautaires ; elles constituent des territoires familiers, confortables, accessibles, qui favorisent l'interaction, la conversation (dans certaines limites) et une ambiance enjouée ; elles sont fréquentées par des "habitués" et font fonction de second chez-soi, soulageant les individus du train-train quotidien, procurant réconfort et dis¬traction 10. » D'après Kate Meyrick, auteur de l'article « Libraries with latte : the new third place 11 », la bibliothèque remplit tous les critères du troisième lieu et tend à se décliner en un espace d'échanges et de vie par excellence. La phase de mutation actuelle amorcée par la bibliothèque, avec l'adjonction de cafés en son sein, tend à parfaire sa dimension sociale et en fait un troisième lieu majeur 12, pierre angulaire de la collectivité.

On pourrait relativiser le degré d'adéquation entre la bibliothèque et le troisième lieu au motif que la conversation ne constitue pas son activité principale, ou bien que le lien unissant ses usagers n'est pas d'une nature similaire à celui entretenu par les habitués d'un café ou d'une association sportive. Il n'en reste pas moins que la très grande majorité des critères établis par Oldenburg semble observée dans ces bibliothèques d'un nouveau genre. Leur climat de convivialité associé à leur caractère public leur confère même une place unique à l'échelle de la ville.

Pour le journaliste et philosophe hollandais Michaël Zeeman, les bibliothèques font partie des derniers lieux publics dans nos sociétés post-modernes qui offrent généreusement des possibilités de mixité sociale et des opportunités de rencontre. Le rôle des marchés et des églises s'est en effet considérablement amoindri au cours du siècle dernier. Quant aux autres lieux culturels, tels que les théâtres ou les salles de concert, ils ont aujourd'hui une programmation et une audience spécifiques qui ne laisse guère de place au métissage social. Les cafés connaissent une évolution similaire, s'adressant de plus en plus à un public particulier 13. La vision idéalisée d'Oldenburg du bistrot parisien n'a, de fait, plus cours.

On peut s'interroger sur la portée du rôle politique des bibliothèques troisième lieu. En effet, si les individus se croisent ou échangent juste quelques mots, la bibliothèque ne constitue peut-être pas un véritable lieu de débats démocratiques. Pourtant, Magnus Tortensson, enseignant-chercheur suédois en bibliothéconomie, plaide pour l'apport démocratique décisif des bibliothèques. Lieux de rencontre et d'échange, d'expérience de vie avec et à travers les autres, elles constituent un service gratuit et permettent l'assimilation des bases de la participation à la vie publique 14.

En dépit de quelques variations de la matrice originelle, la substance du troisième lieu semble bien se distiller dans cette nouvelle génération de bibliothèques et y trouver un terrain d'expression fertile. Certaines caractéristiques du troisième lieu connaissent même un renforcement en bibliothèque. Nombre de nouveaux

établissements s'entendent comme des home away from home par excellence, véritables living rooms publics à l'instar de l'OBA d'Amsterdam ou de la DOK de Delft, et développent le concept dans des proportions rarement atteintes par des lieux publics. En outre, les bibliothèques adjoignent au concept d'Oldenburg une plus-value : elles se déclinent en fait en troisièmes lieux culturels, proposant des cheminements variés vers une culture protéiforme.

La bibliothèque OBA d'Amsterdam. Photo : Pedro Layant (sur Flickr)

Caractéristiques de la bibliothèque troisième lieu

Un ancrage physique fort

À l'heure de la dématérialisation des supports et de l'avènement des bibliothèques numériques, les bibliothèques troisième lieu engagent un réel pari physique. Elles se veulent point d'ancrage de leur collectivité. Afin d'attirer en leurs murs des publics habituellement peu réceptifs, elles procèdent à une redéfinition de leur sémantique architecturale, scellant définitivement la rupture avec les bibliothèques temples du savoir. Le passage du sacré au profane est consommé [15].

Dans les Idea Stores londoniens ou les bibliothèques hollandaises, la palette de couleurs retenues, le confort, le design, voire l'excentricité, tranchent avec l'image austère parfois véhiculée par leurs aînées. De nombreux dispositifs introduisent de l'intime dans la bibliothèque et gomment les frontières entre sphère publique et privée. À l'OBA (Openbare Bibliotheek van Amsterdam) d'Amsterdam, des poufs blancs munis d'ordinateurs en leurs centres ne laissent d'autre choix aux usagers que l'adoption de postures (en l'occurrence, position assise en tailleur), habituellement réservées à la sphère domestique. L'usager investit la bibliothèque à sa manière et s'approprie ainsi le lieu.

La bibliothèque OBA d'Amsterdam. Photo : Mathilde Servet

L'agencement des espaces prend davantage en compte la diversité de ces pratiques : des zones silencieuses côtoient des espaces de travail informel, des salles dédiées à la réunion ou des cafés. De vastes plateaux alternent avec des espaces plus modestes ou des niches intimistes. Ce découpage spatial, parfois appelé « zoning », permet à plusieurs usages de cohabiter dans un même lieu.

Il se dégage de ces nouveaux établissements une ambiance stimulante et excitante. La bibliothèque se fait terrain d'expérimentation, de découverte, d'exploration, et s'apparente à un grand terrain de jeux. Îlots thématiques ou décors confèrent de surcroît au lieu une dimension ludique et propice à l'imaginaire.

Une vocation sociale affirmée

La bibliothèque troisième lieu propose à ses usagers des formes de « vivre ensemble » multiples, un cadre convivial propice au bien-être. Elles opèrent comme des « espaces Facebook 3D » ou une transition de « MySpace » à « OurSpace », comme l'appelait de ses vœux, en 2008, l'ancien ministre britannique en charge de la culture Andy Burnham [16]. En cela, elle contribue à la restauration de l'identité communautaire, du « nous », prônée par Robert Putnam. Souvent situées sur des artères marchandes très fréquentées ou en centre-ville, disposant d'amplitudes horaires plus larges, regroupant des services diversifiés, elles attirent nombre d'usagers et se déclinent en lieux bourdonnants de vie. Elles permettent l'accès à un premier niveau de rencontre informelle entre usagers, habitants d'un même quartier ou d'une même ville. Mais les structures de taille plus modeste favorisent également le développement d'échanges plus personnels et d'une atmosphère « familiale ». Le confort physique et humain incite au prolongement du séjour et y introduit de nouveaux usages sociaux : parler, téléphoner, boire ou manger. Les cafés, de plus en plus présents, constituent des moteurs privilégiés de cette sociabilité.

Pivots de la vie de la collectivité, ces établissements remplissent une mission citoyenne. Ils offrent des services à la personne (alphabétisation, formation, aide à la recherche pour l'emploi, aide aux devoirs, etc.) et entretiennent des partenariats privilégiés avec les associations, les écoles ou la presse locale. Cours, débats, ateliers, rencontres de clubs y prennent place, plaçant « l'humain » au centre de leur démarche. La bibliothèque de Delft a d'ailleurs adopté l'adage suivant : « Notre meilleure collection, c'est les gens. » Terrain

neutre, les bibliothèques troisième lieu permettent aux individus issus d'horizons les plus divers de cohabiter en un même espace.

Une nouvelle approche culturelle

En rupture avec une vision élitiste de la culture, la bibliothèque troisième lieu refuse d'être un lieu de prescription du savoir. L'héritage sociologique français, essentiellement bourdieusien, est marqué par une hiérachisation des différentes formes de culture qui se reflète dans une série de couples antinomiques : « Élite/masse, savant/populaire, légitime/non légitime, culture cultivée/culture populaire. » Dominique Pasquier met en évidence la connotation morale qui colore cette représentation de la culture : on l'a analysée « par le haut », « à partir des pratiques des élites qui consolident leur classement social par leur classement culturel 17 ». À rebours de cette appréhension légitimiste de la culture, la bibliothèque troisième lieu célèbre les dissonances culturelles 18, le voisinage de contenus, la diversité des supports culturels. Elle s'adresse à un usager « omnivore 19 » et lui propose une offre riche et variée, sans hiérarchisation marquée. Ce faisant, elle déculpabilise et désinhibe l'usager. Comme le souligne Bruno Maresca : « À la différence d'autres traditions, notamment anglo-saxonnes, la culture reste forcément dissociée en France du divertissement et on répugne le plus souvent à penser le rapport que le public entretient avec cet univers selon les schémas de la consommation de loisir. La lecture publique n'échappe pas à ce schéma général 20. » La bibliothèque troisième lieu, en revanche, annonce l'ère de l'infotainment (contraction d'information et d'entertainment) ou encore de l'edutainment. Elle assume le fait que des formes de cultures populaires ou commerciales soient représentées en son sein.

Les goûts et les pratiques des usagers ont d'ailleurs une incidence directe sur la déclinaison des collections et des services proposés. L'usager se fait souvent cocréateur, producteur de contenus. Les pratiques collaboratives du web 2.0 sont importées en bibliothèque : open podiums dédiés aux créations musicales ou littéraires, productions culturelles collectives, possibilité d'emprunter des réalisations des usagers (projet Demotek en Europe du Nord). À Heerhugowaard, aux Pays-Bas, deux classes d'école primaire ont même travaillé avec les architectes à la conception du bâtiment.

Le modèle de la bibliothèque troisième lieu : dérive marchande, confusion des genres ou voie d'avenir ?

Ces nouvelles structures ont complètement revisité le modèle traditionnel de la bibliothèque et cherchent à s'inscrire dans la compétition avec l'industrie de loisirs et des produits culturels, à l'heure où les individus sont confrontés à une offre croissante. Elles travaillent leur pouvoir de séduction et n'hésitent pas à emprunter des stratégies marketing propres à l'univers marchand. Leur architecture (larges surfaces vitrées, présence ponctuelle d'escaliers roulants, écrans…) s'inspire des centres commerciaux. Les Idea Stores – dont les rayures bleues et vertes imprimées sur les façades de verre agissent comme un logo – sont, quant à eux, la première chaîne de bibliothèques au monde. Les Discovery Center implantés dans le sud de l'Angleterre ont repris le modèle de la chaîne et promettent un concept absolument novateur : « This is new, this is exciting, this is totally different. » L'usager est appréhendé comme un client dont il s'agit de gagner les faveurs, en lui procurant des « moments forts ».

L'Idea Store du quartier de Whitechapel à Londres. Photo : Pedro Layant (sur Flickr)

À l'instar des chaînes de librairies anglo-saxonnes ou de Starbucks, la bibliothèque propose une autre image de marque et joue sur les valeurs de convivialité, de communauté, de lien social. Les bibliothèques troisième lieu investissent, tout comme les magasins, l'âge de l'expérience : on ne cherche plus à imposer un produit, mais à comprendre comment le client fonctionne et à lui proposer un style de vie, une ambiance spécifique. Le concept de « Belevnisbibliotheek » (bibliothèque de l'expérience) a d'ailleurs fait son apparition aux Pays-Bas, où, comme à Rotterdam, le client peut puiser à sa guise dans une palette d'offres et d'ambiances.

Tout cela semble bien loin de la conception originelle du troisième lieu, dont l'auteur insiste sur l'incompatibilité avec la sphère marchande. Toutefois, cette contradiction semble se désamorcer en

bibliothèque, car les objectifs poursuivis ne sont pas d'ordre financier. Il s'agit avant tout d'amener l'usager à la culture par des voies variées, attrayantes et novatrices, de lui présenter une expérience qui fait sens pour lui, à un niveau émotionnel et intellectuel : « Quand vous entrez dans la DOK 21 , vous vous sentez immédiatement le bienvenu dans cet endroit où vous pouvez passer des heures si vous en avez envie. La DOK incarne ce que j'ai toujours souhaité qu'une bibliothèque soit en termes d' "expérience" autour des livres, de l'information, des contenus, des médias et des gens. Vous ne pouvez vous empêcher de sourire quand vous êtes à l'intérieur et vous vous sentez tout simplement plus heureux de façon générale 22. »

En Angleterre ou aux Pays-Bas, le recours aux méthodes marketing n'est pas empreint de suspicion comme cela peut se produire en France. Il est envisagé comme un outil précis et efficace permettant d'élaborer plus finement un projet.

On reproche souvent à ces bibliothèques polymorphes de vendre un peu leur âme et d'oublier leur mission première – la diffusion du livre – à vouloir assumer trop de rôles et de missions. On s'interroge sur la légitimité de ses établissements et on pointe du doigt un consumérisme culturel. Mais on oublie trop souvent que ces établissements sont davantage fondés sur les besoins des usagers et qu'en leur sein la démocratisation culturelle a réellement lieu, ce dont attestent leurs taux de fréquentation record. Le modèle de la bibliothèque troisième lieu s'apparente à la vision de la bibliothèque que propose Michel Melot dans La sagesse du bibliothécaire : « Pour atteindre son seuil critique, il faut que la bibliothèque ait de nombreux lecteurs et bien d'autres usages que la simple lecture. La bibliothèque n'existe que par la communauté [...] [Le bibliothécaire] ne parle pas pour lui-même mais pour la communauté qu'il sert. Il doit en refléter les goûts et les opinions, mais aussi les ouvrir à d'autres. Son choix doit être celui de la pluralité [...], cette "bigarrure" qui caractérise les sociétés libres 23. »

Ces établissements hybrides s'entendent comme des lieux de vie, proposent de nouvelles approches de la culture, testent de nouvelles formules (offre novatrice, colocation d'équipements culturels et/ou de services...), et dépassent le périmètre traditionnellement imparti à la bibliothèque. Ils se muent en centres de culture et d'information communautaires. Si le livre reste au cœur de leur offre et légitime encore l'appellation de « bibliothèque », quelques structures optent déjà pour des dénominations inédites : Idea Stores, Discovery Centres, DOK (Library Concept Center), etc., ce qui illustre le passage à un autre type d'établissement. Il ne faut pas craindre cette évolution, mais l'envisager comme une période de renouveau fécond. La bibliothèque n'est pas moribonde. Nous amorçons une phase d'expérimentation inédite, riche, stimulante. Il ne s'agit pas de prôner un prototype unique d'établissement, différentes sortes de bibliothèques doivent coexister. Le modèle des bibliothèques troisième lieu propose, quant à lui, un horizon de possibilités élargi, où missions sociales et culturelles se conjuguent plus étroitement. La France, jusqu'alors moins prompte que les pays nordiques à souscrire à ce concept, commence à s'y ouvrir, comme en témoignent par exemple les projets d'Angoulême et de Thionville illustrés ci-après(voir sommaire de ce dossier).

Les angoumoisins attendent leur bibliothèque du XXIe siècle

À Thionville, une belle opportunité née d'un accident de parcours

Avril 2010