

Mémoire d'étude / janvier 2009

Diplôme de conservateur des bibliothèques

Les bibliothèques troisième lieu

Mathilde Servet

Sous la direction de Yves Desrichard

Conservateur affilié au département des études et de la recherche – Enssib

Remerciements

Je remercie très sincèrement mon directeur de mémoire, Yves Desrichard, conservateur affilié au département des études et de la recherche à l'Enssib, dont je tiens à saluer la disponibilité et la gentillesse. Ses conseils judicieux et son apport critique m'ont permis de nourrir le développement de ma pensée et parfois de recentrer mon travail.

Mes remerciements chaleureux s'adressent aux différents membres des bibliothèques hollandaises qui m'ont accordé de longs entretiens lors de la visite de leurs établissements et plus tard par mail : Riet Lamers (bibliothécaire, responsable de l'Openpodium) à l'OBA, Erik Bokestijn (responsable marketing et communication) et Eppo van Nispen tot van Sevenar (directeur) à la DOK, Raoul de Haan (manager, membre de l'équipe de direction) à la bibliothèque d'Heerhugowaard, Cora König (responsable de l'équipe Belevenisbibliotheek) et Cora Mulder (bibliothécaire) à la bibliothèque de Rotterdam et Z. Looije (chargée de l'accueil) à la bibliothèque d'Amstelveen. Tous ont su évoquer avec engouement et générosité les missions de leurs bibliothèques respectives.

J'adresse également mes remerciements aux personnels de bibliothèque en France et au Royaume-Uni avec qui j'ai pu communiquer par mail, téléphone ou de visu : Daniel Legoff, directeur de la BFM à Limoges, Jacques Cuzin, ancien directeur de la médiathèque Marguerite Yourcenar à Paris, Christophe Evans, chargé d'études en sociologie au service Études et Recherche de la Bpi, Catherine Barnier, responsable de la Mission Relations internationales à l'Enssib, Thierry Ermakoff, responsable de la formation initiale des conservateurs à l'Enssib, John Pateman, responsable des services de bibliothèque Learning et Inclusion dans le district de Lincolnshire, et Emma Sherriff, responsable du projet HeadSpace à la bibliothèque Efford de Plymouth. Ces échanges ont contribué grandement à l'avancée de ma réflexion.

Que soient remerciés mes collègues Valérie Serre-Rauzet, Coline Renaudin et Anne-Julia Iung. Nous avons porté un regard croisé constructif sur nos études aux thématiques en partie voisines.

Ma reconnaissance va enfin à mon amie et collègue Emilie Garcia-Guillen pour son soutien et sa relecture attentive de mon travail.

Résumé :

Face à la montée d'Internet et à la diversification des usages, les bibliothèques traversent une crise identitaire et tentent de redéfinir leurs missions. Le modèle de la bibliothèque troisième lieu semble caractériser nombre de nouveaux établissements. Véritables lieux de vie, centres culturels communautaires, ils fédèrent leurs usagers autour de projets culturels et sociaux. Ils proposent une offre élargie et des services novateurs. Ils n'hésitent pas à recourir à des techniques issues du marketing et s'inscrivent dans la compétition de l'univers marchand. Peut-on encore parler de bibliothèques ? Quels sont les fondements théoriques et les apports de ce modèle ? En quoi peut-il constituer une voie pour l'avenir ?

Descripteurs :

Bibliothèques publiques - - France

Bibliothèques publiques - - Pays-Bas

Bibliothèques Publiques - - Services aux utilisateurs - - Pays-Bas

Bibliothèques - - Marketing

Bibliothèques publiques - - Aspect social

Réseaux sociaux

Crise - - Bibliothèques

Abstract :

With the emerging of Internet and the diversification of usages, libraries are going through an identity crisis and they try to redefine their missions. The third-place library model seems to characterize a lot of new organisations. Acting as real living places, cultural centres of the community, those libraries gather users around cultural and social projects. They propose a large offer and new services. They are not afraid to use marketing techniques and run for competitions in the merchandising universe. Can we still speak of libraries ? What are the theoretical fundamentals and the benefits of this model ? How can it be a way for the future ?

Keywords :

Public libraries - - France

Public Libraries - - Netherlands

Libraries - - Public services - - Netherlands

Public libraries - - Marketing

Libraries and society

Social networks

Crises - -Libraries

Droits d'auteurs

Droits d'auteur réservés.

Toute reproduction sans accord exprès de l'auteur à des fins autres que strictement personnelles est prohibée.

Table des matières

| | |
|--|-----------|
| INTRODUCTION | 9 |
| 1. L'ÉMERGENCE DES BIBLIOTHÈQUES TROISIÈME LIEU | 11 |
| 1.1. UNE IDENTITÉ EN CRISE | 11 |
| 1.1.1. <i>Questionnements des bibliothèques sur leur avenir</i> | 11 |
| 1.1.2. <i>Le débat public anglais</i> | 14 |
| 1.1.2.1. Une situation délicate..... | 14 |
| 1.1.2.2. Une polémique enflammée | 16 |
| 1.1.2.3. Critique du débat..... | 18 |
| 1.2. ADAPTATION DU CONCEPT DE TROISIÈME LIEU À LA BIBLIOTHÈQUE..... | 18 |
| 1.2.1. <i>Histoire du concept</i> | 18 |
| 1.2.2. <i>L'essence du troisième lieu</i> | 18 |
| 1.2.2.1. Caractéristiques | 18 |
| 1.2.2.2. Apports bénéfiques | 18 |
| 1.2.3. <i>Adéquation du concept à la bibliothèque</i> | 18 |
| ILLUSTRATION : L'EXEMPLE HOLLANDAIS | 18 |
| 2.1. UN ANCRAGE PHYSIQUE FORT | 18 |
| 2.1.1. <i>Home-better-than-a-home</i> | 18 |
| 2.1.2. <i>Le zoning : une partition équilibrée de l'espace</i> | 18 |
| 2.1.3. <i>Des ambiances stimulantes</i> | 18 |
| 2.2. UNE DIMENSION SOCIALE AFFIRMÉE | 18 |
| 2.2.1. <i>La bibliothèque, lieu de rencontre</i> | 18 |
| 2.2.2. <i>Le rôle politique de la bibliothèque</i> | 18 |
| 2.3. UN NOUVEL APPOINT CULTUREL..... | 18 |
| 2.3.1. <i>Démocratisation culturelle et élargissement de l'offre</i> | 18 |
| 2.3.2. <i>L'avènement de la culture collaborative</i> | 18 |
| 3. VERS UNE REDÉFINITION DU MODÈLE DE BIBLIOTHÈQUE | 18 |
| 3.1.) UN CHANGEMENT PAR RAPPORT A L'APPROCHE TRADITIONNELLE | 18 |
| 3.1.1.) <i>Des dispositifs inspirés de l'univers marchand</i> | 18 |
| 3.1.2.) <i>L'ère de l'expérience</i> | 18 |
| 3.2.) CONFUSION DES GENRES ?..... | 18 |
| 3.2.1.) <i>Objet culturel non identifié</i> | 18 |
| 3.2.2.) <i>...ou voie de l'avenir pour les bibliothèques</i> | 18 |
| 3.3) LES CHEMINS DU TROISIEME LIEU EN FRANCE..... | 18 |
| CONCLUSION..... | 18 |
| BIBLIOGRAPHIE | 18 |

Introduction

A l'ère de la dématérialisation des supports, un vent de panique s'empare du monde des bibliothèques qui s'interroge sur leur raison d'être. Internet, rival encombrant, fissure les certitudes des professionnels et introduit de nouveaux usages. Conjuguées à la diversification des loisirs et l'individualisation des pratiques, ces mutations poussent les bibliothèques à repenser leurs missions. Outre leurs attributions classiques, certaines d'entre elles se dotent aujourd'hui d'une offre élargie en supports et en services. Véritables « couteaux suisses » aux multiples fonctions, elles agissent à la fois comme espaces d'étude, de détente, de divertissement et d'échange. Elles se transforment en lieux-phares pour leur collectivité et leur qualité de lieu public leur procure un statut particulier, axé sur la cohésion sociale. Assimilées à des « living rooms » de la cité, on les rencontre fréquemment sous l'appellation de « third-place libraries ». Ce concept, emprunté initialement à la sociologie urbaine, connaît une expansion importante, sans qu'en soient pour autant examinées les caractéristiques et établis réellement ses champs d'application. L'objet de ce mémoire consistera donc à envisager ce nouveau phénomène bibliothéconomique dans sa globalité. Essentiellement présent dans les pays anglo-saxons et nordiques ainsi qu'aux Pays-Bas, le modèle de bibliothèque troisième lieu sera éclairé par le truchement d'exemples tirés de ces zones géographiques. Nous aborderons sa genèse à travers le prisme des évolutions sociétales et nous soulèverons les conflits idéologiques qui agitent la profession face aux options possibles pour l'avenir. Le débat britannique fournira à cet égard un domaine d'exploration privilégié. Nous nous pencherons par la suite sur les attributs du troisième lieu, concept mis au jour par le sociologue Oldenburg, et sa possible adéquation avec cette nouvelle génération de bibliothèques. Dans un second temps, nous illustrerons plus avant le concept à travers une sélection de bibliothèques hollandaises, qui nous semblent en présenter une incarnation particulièrement probante. Les Pays-Bas agissent en effet comme un réel laboratoire riche en expérimentations.

Il s'agira dans ce travail de clarifier et de documenter le modèle de bibliothèque troisième lieu, mais nous ne pourrons atteindre un degré d'analyse trop poussé, au vu de l'ampleur des éléments abordés. Nous avons privilégié le panorama d'ensemble, mais les volets physique, social et culturel traités dans cette étude pourraient à eux seuls chacun faire l'objet d'un travail spécifique. Il nous importe davantage de mettre à jour des tendances, de confronter des modes de perception divergents, plus largement de contribuer modestement à la propagation du terme de « bibliothèque troisième lieu » dans la réflexion bibliothéconomique francophone. Nous avons toutefois volontairement écarté du champ de notre travail les collections et services proposés en ligne par ces bibliothèques, parce que c'est davantage leur ancrage physique qui nous intéresse. De même, nous nous attacherons peu à la place du livre, qui reste cependant au cœur des collections de ces bibliothèques car il nous a semblé plus pertinent dans le cadre du mémoire de questionner l'« offre alternative » et le potentiel novateur de ces bibliothèques. Nous tenterons d'apporter un éclairage critique à ce modèle, de montrer ses limites et ses dérives. Nous essaierons de nous interroger sur son succès et de comprendre en quoi il répond à des attentes et des besoins spécifiques qui vont bien au-delà de la conception habituelle de la bibliothèque. Nous faisons sans doute face à un

type de bibliothèque hybride, qui contient en germes l'avènement d'une autre sorte d'établissement. La prolifération d'appellations pour les désigner est symptomatique d'un nouveau genre.

1. L'émergence des bibliothèques troisième lieu

1.1. UNE IDENTITÉ EN CRISE

1.1.1. Questionnements des bibliothèques sur leur avenir

Le raz de marée « Internet », l'évolution des technologies et des pratiques des usagers ont ébranlé les certitudes des bibliothécaires et remis en question les fondements de l'institution bibliothèque. Dans nombre de pays européens, on note un déclin sensible du nombre de prêts et particulièrement de livres. Même les pays nordiques, modèles en matière de bibliothéconomie, constatent cette tendance et la déplorent sans pouvoir réellement l'enrayer. Ce phénomène est intimement lié à la concurrence exercée par la multiplication des activités de loisir, plus récemment d'Internet et des nouvelles possibilités qu'il génère. Face à cette reconfiguration, les bibliothèques s'inquiètent de leur sort futur et cette remise en cause les pousse à réexaminer leurs desseins.

La bibliothèque est largement associée à la lecture, à ses missions de conservation et de prêt de supports en grande majorité écrits. Bruno Maresca pointe avec justesse la corrélation étroite entre la perte de vitesse de la lecture¹ et l'impression de mise en danger des bibliothèques : « *L'affaiblissement de la pratique assidue de la lecture livresque, que les enquêtes sur les pratiques culturelles des Français observent depuis les années 1970, est l'une des principales tendances habituellement convoquées lorsqu'on s'interroge sur l'avenir des bibliothèques.* »². L'emprunt de livres est souvent utilisé comme élément de mesure pour prendre le pouls des établissements. Isolé, ce paramètre ne suffit cependant pas pour retranscrire leur vitalité réelle. Les pratiques des usagers ont fortement évolué et le rôle des bibliothèques ne saurait plus se résumer au seul prêt de livres, mais une vision traditionnelle des bibliothèques les rattache intimement à leur essence première. Néanmoins, le critère de l'emprunt permet tout de même d'illustrer une métamorphose en cours : un des soubassements de la bibliothèque vacille suffisamment pour susciter un climat d'inquiétude. C'est cette perception et le malaise qui en résulte qui nous occuperont ici. Nous ne pouvons en effet à ce propos entrer dans les rouages d'une analyse très poussée du phénomène, ceci encore moins dans un cadre d'observation dépassant la France. Il s'agit donc davantage dans cette partie de passer en revue les tendances sociétales à l'origine de la crise identitaire que traversent les bibliothèques.

Si les taux de fréquentation³ sont en hausse en France, pays qui connaît encore une forte marge d'évolution au regard des résultats étrangers, les zones géographiques qui se révélaient auparavant figures de proue affichent quant à elles des chiffres dans le rouge.

¹ Ou tout du moins d'un certain type de lecture qu'il qualifie de « livresque », mais nous émettons l'hypothèse que la seule sensation de la baisse de lecture en général, tous registres confondus, contribue à fragiliser le statut de la bibliothèque.

² Maresca Bruno. *Les bibliothèques*

des municipales après le tournant Internet : attractivité, fréquentation et devenir. Paris 2007, p. 89.

³ Ibid. p. 20.

Anne Goulding, chercheuse britannique, fait du déclin du nombre de prêts un pivot central de son étude « Public Libraries in the 21st century » dès son introduction. Elle met en exergue qu'en dépit d'initiatives et de programmes variés à l'adresse des usagers, le nombre de visiteurs diminue et celui de prêts de livres recule inexorablement. Les chiffres s'avèrent même alarmants. D'un emprunt de livres moyen par personne se situant à 11,47 pour les années 75-76, on est passé à un volume moyen de 6,16 ouvrages empruntés pour les années 2002-2003⁴, soit une réduction de près de 47%. Le professeur Niels Ole Pors fait quant à lui référence à une chute de 40% concernant le prêt de livres au Royaume-Uni pour les seules dix dernières années⁵. De façon similaire mais cependant moins dramatique, le rapport hollandais « The future of dutch public libraries : ten years on » souligne que tous les indicateurs de mesure (nombre de membres, de visites, d'emprunteurs et de prêts de livres, etc.) sont à la baisse depuis le début des années 1990⁶. Entre 1999 et 2005, le nombre d'inscrits a diminué de 6% et le prêt de livres a connu une chute de 16%.⁷ Les pays nordiques (Suède, Norvège, Danemark, Finlande, Islande) connaissent une évolution analogue, même si la chute en termes de visites et de prêts de livres ne s'est amorcée qu'à partir de 2005 pour la Norvège et la Finlande⁸.

S'il importe de tenir compte des spécificités culturelles attachées à chaque aire géographique et de leurs impacts divers sur leurs bibliothèques, on note que l'ensemble des études convoquées jusqu'à maintenant présentent un faisceau de bilans convergents. Toutes évoquent la concurrence d'autres médias comme la télévision, la multiplication des équipements vidéo et sonores (consoles de jeux, mp3, etc.), issus de l'industrie de loisir marchande. Parmi les foisonnantes alternatives au livre et à la bibliothèque, Internet est néanmoins pointé unanimement du doigt comme principal compétiteur. Outre le temps toujours croissant dévolu à Internet pour tout type d'usage (jeux, correspondance, achats, etc.), celui-ci rivalise avec la bibliothèque sur un terrain qui constituait autrefois sa chasse gardée : la recherche d'informations. Les bibliothèques remplissent certes toujours cette fonction, mais n'en détiennent désormais plus le monopole. Internet dispose en la matière d'atouts imparables : le gain de temps (accessibilité permanente et immédiate), la profusion d'informations (dont l'authenticité souvent non attestée ne semble pas nécessairement troubler l'utilisateur), la quasi-instantanéité des informations (en comparaison le contenu des collections de bibliothèques peut sembler quelque peu défraîchi), l'interactivité. Internet permet par ailleurs des usages de supports concurrents de ceux qui ont cours à la bibliothèque : écoute de musique en ligne, visionnage de films, lecture de journaux, de toute une palette de textes de diverses natures, voire de textes littéraires. La toile fait imploser le cadre des possibles en bibliothèque. Le téléchargement – certes inégal mais bien réel – permet de s'approprier œuvres musicales, œuvres filmées et peut-être dans un prochain avenir versions numériques de livres. Le perfectionnement lent mais certain des e-books et leur probable propagation à venir et plus largement la dématérialisation des supports remettent en cause au moins partiellement la légitimité des bibliothèques, gardiennes jusqu'à il y a peu de contenus essentiellement physiques. Ces évolutions font planer une menace insistante sur leur devenir. Conjugué au pouvoir d'achat croissant d'une partie de la population, l'e-commerce connaît de plus une forte expansion. L'achat de livres en

⁴ Goulding, Anne. *Public libraries in the 21st Century. Defining Services and Debating the Future*. - Hampshire : Ashgate, 2006, p. 301.

⁵ Larsen, Jonna Holmgaard. *Nordic Public Libraries in the knowledge society*. Published in 2006 by the Danish National Library Authority, p. 15.

⁶ Huysmans, Frank, Hillebrink, Carlien. *The future of the Dutch public library : ten years on*. - The Hague : Netherlands Institute for Social Research /SCP, 2008, p. 14.

⁷ Ibid. p. 91.

⁸ Larsen, op. cit., p. 15.

ligne se développe massivement. Une fois encore, le gain de temps, le large éventail de choix parfois supérieur à celui offert en bibliothèque ou le désir de possession peuvent inciter l'individu à opter pour Internet et à délaisser l'emprunt en bibliothèque.

Afin de rester en prise avec les nouveaux usages introduits par Internet, les bibliothèques multiplient les projets et les initiatives en ligne à l'instar du service permettant de « *poser toute question d'ordre documentaire ou relative à un renseignement ou une information* »⁹ qui rencontre un franc succès et se décline sous de nombreux avatars en Europe : « Guichet du Savoir » en France, « Ask a librarian » au Royaume-Uni, « al@din » aux Pays-Bas, « information Gas Station » en Finlande, etc. Tout en s'intégrant au paysage en ligne, ces services confèrent ainsi à la bibliothèque une nette plus-value par rapport à un usage classique de Google ou Wikipédia : l'authentification de l'information. Hormis la possibilité croissante de consultation à distance, les bibliothèques creusent d'ailleurs le filon de la valeur ajoutée sur Internet en termes de médiation, notamment pour la musique : dossiers thématiques, zooms sur un artiste ou un genre musical comme le propose le réseau des médiathèques francophones de Belgique, ou encore personnalisation du profil musical qui atteint un très haut degré de performance à la bibliothèque de Rotterdam. Les bibliothèques empruntent de plus en plus leurs outils à la toile : blogs, wikis, nuages de tags adoptés pour la description de photos ou documents, etc. Elles tentent tout aussi bien de s'adapter à la sémantique du Web que de rivaliser avec lui. Ce sera une gageure pour elles que de s'implanter de façon pérenne sur Internet. Si la bibliothèque virtuelle semble malgré tout vouée à une destinée assez prometteuse et de surcroît nécessaire à sa survie, la bibliothèque physique, elle, ne risque-t-elle pas de périr ?

L'accès croissant à Internet fait en tous cas craindre sa désertion. Sa généralisation se monte à des taux records dans les pays nordiques, y compris parmi les foyers modestes. En Europe du Nord, le pourcentage de foyers et personnes ayant accès à Internet fait partie des taux les plus élevés au monde¹⁰ ; aux Pays-Bas, 84% des foyers possédaient un ordinateur en 2006, contre 30% au début des 90, dont 75% chez les foyers modestes et 94% chez les plus aisés ; 95% des ordinateurs disposant d'un accès à Internet¹¹. Ces constats ont en grande partie motivé dans ces pays la rédaction des études précédemment citées. Le sociologue Bruno Maresca met en évidence à juste titre le double défi imposé à la bibliothèque par les évolutions récentes et justifie ainsi les motifs qui ont présidé à réalisation de l'enquête du CREDOC commandée par la DLL : « *En France, on a pensé, il y a quelques années, que la pratique de la lecture était vouée à reculer inexorablement et l'on craint aujourd'hui qu'Internet contribue plus encore, à remettre en question l'utilité des bibliothèques de proximité. C'est bien pour répondre à ces interrogations, dont on ne peut nier l'importance pour le fonctionnement des bibliothèques dans l'avenir, qu'a été engagée la nouvelle enquête de fréquentation ; il en était attendu, en particulier, un éclairage sur l'impact de la concurrence Internet* »¹² Tous ces rapports s'ajoutent à la longue liste de textes, d'articles les plus divers se rapportant à l'avenir des bibliothèques, à sa mise en danger, sa remise en cause. Leur prolifération est telle qu'ils font presque office de marronniers dans la littérature bibliothéconomique. Ils se font de toute évidence l'écho d'une appréhension généralisée. De fait, la situation actuelle soulève la question fondamentale du bien-fondé des bibliothèques et de la justification de leur coût. Cette interrogation est perceptible en France, mais se manifeste davantage dans des pays où la pertinence de la bibliothèque

⁹ Termes cités d'après la fiche descriptive du Guichet du Savoir figurant sur le site de la bibliothèque municipale de Lyon, mais dont les caractéristiques sont équivalentes à l'étranger. [www.guichetdusavoir.org]

¹⁰ Larsen, op. cit., p. 11.

¹¹ Huysmans, op. cit., pp. 59-60.

¹² Maresca, op. cit., p. 97.

physique ne faisait absolument pas débat il y a peu encore : « *Doit-on continuer à investir dans les bibliothèques si leurs usagers les fréquentent moins, du fait de la concurrence de l'offre d'Internet en matière de recherches documentaires et de téléchargement de livres, de CD et de films ? Depuis quelques années déjà, cette question est posée aux Etats-Unis, au Royaume-Uni, mais aussi dans les pays scandinaves où c'est l'évolution du coût des établissements qui est directement mis en question. En effet, si le budget de fonctionnement croît régulièrement tandis que la fréquentation stagne, voire régresse, le coût de la lecture publique par habitant se renchérit fortement. Certains pays comme la Norvège ont abordé cette question en cherchant à estimer la valeur, et donc l'utilité sociale, que la population reconnaît au réseau de la lecture publique* »¹³ Le constat de Bruno Maresca traduit l'ampleur du désarroi face à des évolutions appelées à prendre de plus en plus d'importance. Néanmoins, la période de transition où nous sommes pousse les bibliothèques à un examen salutaire de leurs missions et à une redéfinition de celles-ci. Toutes les études ont ainsi pour but de démêler les options possibles et de prendre en compte les nouvelles pratiques des usagers. Le rapport hollandais souligne que les changements intervenant sur le marché se répercutent sur leurs attentes et leurs comportements. Ils disposent d'une plus grande liberté de choix et de possibilités d'individualisation plus nombreuses, tout en étant soumis à des contraintes de temps parfois croissantes, d'où la nécessité pour les bibliothèques de s'adapter et de proposer des offres différenciées¹⁴. Anne Goulding invite quant à elle à revisiter les valeurs et les idéologies qui sous-tendent la bibliothèque publique au Royaume-Uni, à vérifier si elles sont toujours en adéquation avec les missions attachées traditionnellement à la bibliothèques. Elle insiste sur la nécessité d'explorer de nouvelles pistes afin de tenir compte des changements sociétaux et des priorités politiques¹⁵. Mais les opinions sur ce point sont divisées outre-Manche et prennent parfois une envergure insoupçonnée.

1.1.2. Le débat public anglais

Le débat anglais actuel au sujet des bibliothèques témoigne plus que tout autre du malaise ambiant et de la nécessaire remise en question de l'institution. Il illustre l'émoi qu'un renouvellement du modèle de la bibliothèque peut susciter aussi bien chez les professionnels que sur la scène publique. Son ampleur prouve dans le même temps que la bibliothèque constitue un véritable enjeu de société.

1.1.2.1. Une situation délicate

Le contexte des bibliothèques publiques au Royaume-Uni est aujourd'hui particulièrement tendu. Depuis quelques années, les usagers se font plus rares dans les bibliothèques et utilisent moins leurs services. Un nombre croissant d'établissements ferment leurs portes en raison de leurs mauvais résultats. Ainsi, il y aurait eu de 40 à 75 fermetures de bibliothèques l'an passé et plus de 100 fermetures lors des trois dernières années¹⁶. Les bibliothèques britanniques, érigées il y a peu encore en modèles, traversent

¹³ Maresca, op. cit., p. 96.

¹⁴ Huysmans, op. cit., p. 13.

¹⁵ Goulding, op. cit., p. 18.

¹⁶ Il est très difficile de trouver des chiffres officiels et précis à ce sujet. Deux articles de 2008, l'un issu du site BBC News (« *Speak up ! Libraries turn new page* ») et l'autre du Telegraph (« *Andy Burnham was right about libraries* ») annoncent 40 fermetures depuis un an, tandis que le blog du bookseller, un magazine sur le commerce des livres affirme que 70 bibliothèques ont fermé l'an passé et l'éditorial du 20 octobre du Guardian porte ce chiffre à 75. Un autre article du Guardian (« *Library's book budget fall again* ») estime quant à lui le nombre de fermetures à plus d'une centaine en l'espace de trois ans. Aucun de ces articles ne fait malheureusement référence à ses sources.

une situation de crise et font l'objet de rapports aux diagnostics évocateurs : « *'a service in distress'* (Culture, Media and Sport Committee, 2005, p. 3), *'sleepwalking to disaster'* (Leadbeater, 2003, p. 3), *'due for renewal'* (Audit Commission, 1997, p. 57) [...], *'losing their place in people's lives'* (Audit Commission, 2002, p. 45) »¹⁷.

Les analyses se multiplient¹⁸ et visent à identifier les causes de ce déclin ainsi qu'à lui proposer des remèdes. La bibliothèque y est auscultée sous tous les angles : design, collections, services, lien à la communauté, accessibilité, rapport coût-bénéfice, etc. ; Leur but est d'indiquer des voies probantes pour l'avenir et de redéfinir les missions de la bibliothèques du vingt-et-unième siècle. Le rapport le plus emblématique, « Framework for the future. MLA Action Plan for the Public Libraries – 'Towards 2013' », propose une stratégie de développement des bibliothèques à long terme et tente d'établir les caractéristiques d'un établissement idéal : organisme concourant à la bonne économie locale, aidant à réduire les écarts sociaux, il se doit de participer au bien-être des individus, d'encourager la lecture, de diffuser la connaissance, de contribuer à l'apprentissage et au développement des compétences, de favoriser la construction de l'identité personnelle et communautaire, de nourrir un sens du lieu pour les gens de tous âges, de tous milieux et de toutes cultures¹⁹. Le rapport souligne la nécessité de défendre la pertinence de l'institution bibliothèque publique, en mettant en valeur ses bénéfices pour le public. Cette volonté est au cœur d'autres publications telles que « Public Libraries. Changing lives. », qui placent la bibliothèque au centre de l'existence de l'utilisateur. Elle est également perceptible dans certaines actions, à l'instar de la campagne « Love Libraries ». Lancée en 2006 par David Lammy, ancien Secrétaire d'Etat à la Culture, cette campagne a pour but de reconnecter les individus avec la bibliothèque, de les impliquer dans sa phase de mutation et dans l'amélioration de ses services. Elle ambitionne de susciter à nouveau l'engouement du public en lui montrant tout ce que la bibliothèque peut lui proposer, en termes d'offre traditionnelle mais aussi d'apports nouveaux : concerts, débats entre jeunes, clubs, aide au travail scolaire, etc. Chaque année, des prix sont attribués à des bibliothèques élues par des « love libraries champions », usagers anonymes et personnalités de renom comme J. K. Rawlings. Le site de la campagne www.lovelibraries.co.uk.gov se fait le relais des bibliothèques récompensées, de leurs activités, de commentaires d'utilisateurs à leur propos ou illustrant leur vision de la bibliothèque, de nouveaux projets, etc. La campagne permet également de recenser les attentes de l'utilisateur, d'améliorer son taux de satisfaction, objectif également affiché par « Framework of the future ». Il s'agit en fait de repérer des bibliothèques fer de lance, innovantes et audacieuses, offrant un meilleur service (élargissement des horaires, priorités locales, mutualisation de services au sein d'un même établissement, diversification de l'offre et des services, etc.). Ces bibliothèques performantes doivent opérer comme source d'inspiration pour les bibliothèques en difficulté. Au-delà, il convient en fait de remodeler en profondeur la bibliothèque, de repenser ses missions afin de la sortir de la morosité ambiante, voire de la sauver. Pour certains en effet, la bibliothèque actuelle est moribonde et les avis divergent fortement sur la façon de la maintenir en vie.

¹⁷ Goulding, Anne, op. cit., p. 3.

¹⁸ Signe d'une forte inquiétude concernant le devenir des bibliothèques, le gouvernement décuple depuis une dizaine d'années les enquêtes, bilans, rapports, plans d'actions ou campagnes à leur sujet. Les sites du CILIP, du MLA et du SCL proposent ainsi l'accès à des dizaines de rapports récents.

¹⁹ MLA (Museums Libraries Archives Council). *Framework for the Future : MLA Action Plan for Public Libraries – « towards 2013 »*, 2008, p. 2.

1.1.2.2. Une polémique enflammée

Si le gouvernement et des organismes comme le CILIP (équivalent anglais de l'ABF) ou la société des directeurs de bibliothèques (SCL : Society of Chief Librarians) se prononcent majoritairement pour une réforme du modèle de bibliothèque, de farouches adversaires à l'instar de Tim Coates s'y opposent et prônent comme solution principale au malaise une offre en livres enrichie. Dans son rapport publié en 2004, « Who's in charge ? », Tim Coates pronostique la mort des bibliothèques à l'horizon de 2020, si rien n'est fait pour restaurer l'équilibre des collections en faveur des livres. Selon lui, la désaffection des bibliothèques est due à un investissement nettement insuffisant dans le fonds de livres, qui présente trop peu d'ouvrages de qualité, de nouveautés et d'exemplaires de supports très demandés. D'autres rapports abondent en ce sens. Ainsi, « Taking stock : the future of our public library service », rapport indépendant rédigé par Steve Davies, chercheur de l'Ecole des Sciences Sociales de l'Université de Cardiff, insiste sur la nécessité de renoncer à une diversification des services en bibliothèques et invite les établissements à renouer avec les recettes du passé. Un retour vers une offre en livres de meilleure qualité figure en tête de liste des remèdes les plus appropriés.

L'antagonisme entre les deux camps est manifeste et s'est encore renforcé pour prendre une tournure publique inédite à l'issue d'un discours tenu par Andy Burnham, actuel Secrétaire d'Etat des DCMS (Ministère en charge de la Culture, des Médias et du Sport) le 9 octobre 2008. Dans l'esprit des études et rapports publiés sous l'égide de son ministère, Andy Burnham a formulé des vœux pour l'avenir de la bibliothèque, lui souhaitant une renaissance aussi prospère que celle des musées, autrefois désertés et aujourd'hui fourmillant de vie. Il s'est déclaré en faveur d'une bibliothèque modernisée, « pleine de vie, de joie et de discussions », rompant avec « l'image sombre et solennelle » que revêtent encore certains établissements. Il a souligné le rôle social que devrait jouer la bibliothèque, pivot de connections au sein de la communauté, élément moteur contre l'isolement. Il a préconisé une approche plus créative et diversifiée, ouverte à la formation et à l'apprentissage informel, où le bibliothécaire ne se veut plus gardien du savoir mais médiateur²⁰. Son discours a mis le feu au poudre et a suscité une vive réaction de la part de la presse et de l'opinion publique. Andy Burnham a été taxé de « barbare », dont le projet « cruel et futile », « empreint de mensonge et de jargon managérial », risquait de réduire à néant la principale vertu de la bibliothèque : celle d'être un lieu dédié à l'étude et à la lecture.²¹ La plupart des articles parus au mois d'octobre 2008 se sont fait l'écho de cette position. Il est intéressant de noter que c'est l'idée d'une rupture avec l'image d'une bibliothèque silencieuse qui a occasionné le plus d'émotion. La conception de la bibliothèque véhiculée par ces articles est en effet celle d'un lieu perçu comme dernier rempart contre la frénésie de l'existence, comme un ultime refuge, comme une alternative au monde permettant de s'en évader. L'appel à une ambiance plus vivante a été interprété comme un effet de mode imposant un alignement sur la distraction de la vie quotidienne, et induisant par-là une stigmatisation de la solitude²². Selon la journaliste Linsey Hansley, auteur de cette thèse, le seul échange possible en bibliothèque résiderait en une forme de compagnonnage silencieux dans la lecture tandis que pour Andrew Brown le partage ne pourrait être que celui de la cohabitation de médias différents tels le cinéma ou la musique²³. En somme, la

²⁰ discours d'Andy Burnham an date du 9 octobre 2008 / Burnham, Andy. *Andy Burnham's speech to the Public Libraries Association*. DCMS (Department for Culture, Media and Sport), 09.10.2008. Disponible sur: http://www.culture.gov.uk/reference_library/minister_speeches/5535.aspx

²¹ Brown, Andrew. *Andy Burnham: a barbarian*. The Guardian, 10.10.2008.

²² Hanley, Lynsey. *A little less conversation*. The Guardian, 11.10.2008.

²³ Brown, Andrew. *Andy Burnham: a barbarian*. The Guardian, 10.10.2008.

bibliothèque est conçue pour le calme et se doit d'être propice au recueillement nécessaire à la lecture. Si l'on veut boire quelque chose et se retrouver dans une atmosphère moins formelle, on peut se rendre au café²⁴. La volonté de Mike Clarke, responsable du réseau de bibliothèques de Camden à Londres, d'assouplir les règles de la bibliothèque en autorisant l'usage des téléphones portables et l'introduction de nourriture et de boissons avait déjà suscité un tollé dans le courant du mois de septembre 2008. The Times avait publié une série d'articles²⁵ s'en offusquant. Pour Arifa Akbar²⁶, ces mesures ne constituent de plus qu'un cache-misère destiné à détourner l'attention du véritable problème : le déficit budgétaire chronique des bibliothèques depuis plusieurs années. Dans l'ensemble, la communauté journalistique perçoit ces évolutions comme un danger, comme une atteinte aux missions fondamentales de la bibliothèque, ce qui explique l'âpreté de la critique. Sue McKenzie, présidente de l'association des directeurs de bibliothèques de Londres, explique que toute tentative de changement est systématiquement soumise à une volée de bois vert et que l'apparition d'une culture du café dans les bibliothèques est accueillie avec grande suspicion. Ces mutations sont vécues comme un nivellement par le bas et les établissements proposant ces nouveaux services sont abaissés au rang de « burgers bars » ou de « salles de jeux vidéo »²⁷. La diversification de l'offre est associée à un avilissement de la culture et reflète une crainte profonde de la perte de la culture légitime et des pratiques qui y sont associées. Le reproche adressé à ce genre de dispositifs est de succomber à la facilité, de fournir au peuple ce qu'il veut pour recueillir son adhésion et en quelque sorte le tenir tranquille. Pour certains journalistes, l'élargissement de l'offre et des services opère comme les jeux du cirque dans l'ancienne Rome. L'ironie se fait mordante : « *A modern library is – or should be – a big place with computers, snacks, drinks, music, small talk and possibly a rugby pitch in it. Fun and games. Meeting and greeting cakes and ale* »²⁸.

Suite au discours de David Burnham, des articles polémiques sont parus dans les journaux durant tout le mois d'octobre, une émission de télévision réunissant Tim Coates et un élu du district où sont implantés les Discovery Centres, nouvelle forme de bibliothèques incarnant le changement a été diffusée sur la BBC le 27 octobre 2008. Les billets se sont multipliés sur les blogs. Lyn Brown, présidente du groupe parlementaire sur les bibliothèques, est intervenue dans le Guardian²⁹ pour inciter au discernement et rappeler que l'opposition systématique d'un clan vieillissant de traditionalistes a fait s'enliser le débat public depuis dix ans en créant « un climat professionnel endémique d'incertitude ». Parmi les journalistes, quelques voix certes un peu isolées se sont élevées pour féliciter ces initiatives. Ainsi le site internet BBC News a relayé les positions des deux camps tout en insistant sur les apports bénéfiques induits par les nouvelles options défendues. La journaliste Jérémia Lewin reconnaît quant à elle ne pas avoir fréquenté les bibliothèques depuis vingt ans. Etant à priori défavorable à la mutation en cours, elle avoue avoir révisé ses préjugés lors d'une récente visite effectuée dans sa bibliothèque de quartier. Elle se dit avoir été très agréablement surprise par l'atmosphère familiale régnant dans les lieux³⁰. L'éditorial du Guardian en date du 20 octobre 2008 met en exergue l'essoufflement de la vision d'Andrew Carnegie, grand bienfaiteur des bibliothèques britanniques au dix-neuvième siècle. Pour

²⁴ Coren, Victoria. *If I wanted a cup of coffee, I'd go to a café, not a library*. The observer, 12.10.2008.

²⁵ Voir notamment les deux articles suivants : « *Public libraries open way for drinks, snacks and mobiles* » du 09.10.08 et « *We need books to seek our teeth into, not burgers.* », paru à la même date.

²⁶ Akbar, Arifa. *'Sombre' libraries need chatter and coffee shops, minister say*. The independent, 09.10.2008.

²⁷ Voir l'article de Morris, Matthew. « *Is a noisy library a happy library ?* » sur le site de la BBC News et l'interview de Sue McKenzie visionnable depuis la même page.

²⁸ Coren, Victoria. op. cit.

²⁹ Brown, Lyn. *Stop worrying about coffee, computer and chatter*. The Guardian. 24.11.2008

³⁰ Lewis, Jemima. *Andy Burnham was right about libraries*. The Telegraph. 12.10.2008

l'éditorialiste, la conception de la bibliothèque comme colonne vertébrale de la culture nationale n'est en effet plus de mise. L'article salue la mue des bibliothèques en organismes culturels d'un nouveau genre à l'instar des Idea Stores, où le livre a toute sa place, mais doit dorénavant la partager avec d'autres expériences culturelles. La levée de boucliers serait le fait d'un clan de partisans de la bibliothèques traditionnelle et seule une révolution trop longtemps ajournée pourrait sauver les bibliothèques de la désertion qui les frappe³¹. Les chiffres concernant ces nouveaux établissements sont d'ailleurs éloquentes. Les bibliothèques de Hampshire métamorphosées en Discovery Centres ont vu dès leur ouverture le nombre de leurs visiteurs tripler³². Sergio Dogliani, dans un article paru dans le BBF, dresse le même constat au sujet des Idea Stores : « À peine avons-nous ouvert le premier store, nous nous sommes rendus compte que quelque chose d'exceptionnel se passait : fréquentation multipliée par trois, prêts en hausse de 35 % et doublement des inscriptions aux cours »³³. La bibliothèque de Manor Farm, située dans le district de Hillingdon, repensée l'an passé, propose à présent aux usagers un bâtiment attractif, un café, un accès démultiplié à des ordinateurs et de longues plages d'ouverture. Le nombre de ses visiteurs a connu une augmentation de 500% et celui d'emprunts de livres une croissance de 365%³⁴.

1.1.2.3. Critique du débat

Examinons le débat tel qu'il a été retranscrit par la presse britannique et par Tim Coates, auteur du fameux rapport « Who's in charge ? », précédemment évoqué. Celui-ci s'est lancé selon ses propres dires³⁵ dans une campagne destinée à sauver la bibliothèque et dénonce les mesures gouvernementales. Son blog, « thegoodlibraryblog » lui sert d'outil de campagne. Les propos de Tim Coates ont un tel retentissement dans l'arène professionnelle³⁶ et le débat médiatique³⁷ qu'il nous a semblé indispensable de les intégrer à la critique du débat anglais.

Les proportions prises par le débat public au Royaume-Uni, d'une ampleur inconcevable en France, traduisent l'attachement particulier à la bibliothèque, notamment de la part d'une certaine élite intellectuelle dont font partie les journalistes. Toutefois, cette affection est partagée par le public, capable de se mobiliser massivement contre les fermetures de bibliothèques. A titre d'exemple, une pétition relayée par le site Internet <http://www.friendsofoldtownlibrary.co.uk> a été lancée contre la fermeture de la vieille bibliothèque de Swindon. Sur Facebook, un groupe totalisant plus de 3000 adhérents – courant décembre 2008- s'est constitué afin de protester contre la fermeture d'établissements culturels comprenant une bibliothèque dans le district de Wirral. Si la population britannique ne fréquente plus les bibliothèques aussi assidûment que par le passé, la bibliothèque est toujours perçue comme une institution de grande utilité³⁸. Par ailleurs, le constat de désaffection n'a rien de définitif. En effet, les chiffres cités dans le paragraphe précédent démontrent l'engouement du public pour ces bibliothèques d'un nouveau genre. Comme l'indique Lyn Brown dans son article, le grand public n'a presque pas eu connaissance de la querelle agitant la sphère professionnelle et les

³¹ Anonyme. *Public libraries. Writing on the wall*. The Guardian, Editorial, 20.10.2008.

³² BBC News. *Library borrowing still declining*. BBC News, 13.01.2005.

³³ Dogliani, Sergio. Les Idea Stores : une nouvelle approche de la bibliothèque et de l'accès à la connaissance. BBF, 2008, t.53, n°1, pp. 69-72.

³⁴ BBC News. *Speak up ! Libraries turn new page*. BBC News, 19.09.2008

³⁵ Coates, Tim. « *The good library blog* ». Blog disponible sur : <http://www.goodlibraryguide.com/blog/>.

³⁶ Anne Goulding fait référence à lui une douzaine de reprises dans son ouvrage et il est constamment cité dans les écrits professionnels, comme représentant d'une vision particulière de la bibliothèque, semblant même parfois faire figure d'avatâr incarnant celle-ci.

³⁷ Tim Coates est également sans cesse interviewé et cité dans les médias au Royaume-Uni quand il est question de bibliothèque.

³⁸ Goulding, Anne. op. cit., p. 114.

médias dernièrement³⁹, du moins jusqu'au discours d'Andy Burnham. Les propos du débat public alimentés par les journaux ne coïncident donc pas avec l'opinion publique entendue comme vaste ensemble de la communauté britannique. Ce grand public ne perçoit pas les enjeux de la même façon – à supposer qu'il se pose la questions en terme d'enjeux. Si les commentaires suivant les articles de journaux en ligne adoptent parfois un ton analogue à celui des journalistes et revendiquent des positions semblables, il importe de noter que certains lecteurs-commentateurs sont des professionnels ou appartiennent en tous cas à une catégorie socio-professionnelle précise, coutumière de la lecture de journaux. Une partie non négligeable des commentaires laisse néanmoins poindre d'autres positions, généralement non prises en compte par les journalistes. Les lecteurs anonymes font parfois preuve de beaucoup plus de mesure et d'impartialité que les professionnels. Les termes du débat dans les journaux ont été en effet quelque peu mal posés. Très rapidement, la discussion a été réduite à une série d'antagonismes sur la thématique « silence - offre tout livre » *versus* « téléphones mobiles – nourriture - boissons ». Or, le vrai débat ne consiste pas seulement à se demander s'il faut des établissements bruyants ou silencieux, si l'on peut y boire quelque chose ou non, si l'on peut simplement y lire ou également s'y détendre. Quelques internautes ont d'ailleurs résolu intelligemment l'équation en proposant au sein des bibliothèques plusieurs types d'espaces et d'activités. Pourquoi des zones d'études ne pourraient-elle pas en effet cohabiter avec des zones de détente ? Pourquoi faudrait-il nécessairement opter pour une solution à l'exclusion de l'autre ? Dans un billet intitulé « I read the news today, oh boy... »⁴⁰ paru sur son blog en date du 11 octobre 2008, Bob McKee, directeur du CILIP⁴¹, évoque à juste titre la critique manichéenne dont le discours d'Andy Burnham fait l'objet dans la presse. Il dénonce ce mode de raisonnement en termes d'opposition : ordinateurs *ou* livres, cafés *ou* salles de lecture, silence *ou* possibilité de parler. Dans le même sillage, Victoria Coren affirme dans son article que « la bibliothèque doit être un endroit où les livres sont aimés et lus »⁴², intimant presque le lecteur à trancher entre une véritable bibliothèque respectueuse des livres et un type d'établissement plus novateur, sous-entendant que les livres n'y seraient pas pris en considération. Andy Burnham souligne pourtant bien dans son discours que les valeurs carnegiennes fondamentales⁴³ gardent leur entière légitimité. Dans un même état d'esprit, Sergio Dogliani appuie sur le fait que les livres continuent de constituer l'offre principale des Idea Stores tout en côtoyant d'autres supports et services⁴⁴. La polarisation dans le débat médiatique a été poussée à de telles extrémités que ces bibliothèques y sont parfois présentées comme des extensions potentielles de « McDonald's »⁴⁵. Tim Coates compare le processus de modernisation des bibliothèques à une mutation en « fish and chips »⁴⁶. Le trait est ici tellement grossi que cela fausse la discussion. Un tel parti pris empêche en effet de questionner honnêtement ce nouveau modèle de bibliothèque avec la rigueur intellectuelle qu'il mérite. On est alors en droit de se demander s'il ne s'agit pas de simples procédés journalistiques visant à alimenter la polémique. Il n'est d'ailleurs pas anodin que même des tabloïds se soient emparés du débat. Alison Little résume ainsi le projet de modernisation des bibliothèques détaillé dans le discours d'Andy Burnham à un « plan de bibliothèques de café » dont un commentateur étrangement anonyme

³⁹ Brown, Lyn. *Stop worrying about coffee, computers and chatter*. The Guardian, 04.11.2008

⁴⁰ McKee, Bob. *I read the news today, oh boy...* Blog From the Chief executive Desk de Bob McKee, 11.10.2008.

⁴¹ Comme nous l'avons déjà mentionné, le CILIP est selon ses propres termes dans sa présentation en français l'équivalent anglais de l'ABF.

⁴² Coren, Victoria, op. cit.

⁴³ Discours d'Andy Burnham, op. cit.

⁴⁴ Dogliani, Sergio. op. cit.

⁴⁵ Coren, Victoria. op. cit.

⁴⁶ Little, Alison. *Anger at 'cafe libraries' plan*. The Daily Express, 10.10.2008.

fustige les préconisations « disneyesques »⁴⁷. Le Daily Mirror titre quant à lui « Starbucks should open coffee shop in libraries say ministers » en reprenant dans son article les points les plus sensibles et les travestissant sous des formules lapidaires dramatiques telles que : « *libraries should allow mobile phones – and even open video games and play rooms – or risk dying out* Culture Secretary Andy Burnham warned »⁴⁸. A contrario, Jemima Lewis ironise à juste titre sur l'attitude des journalistes qui réduisent le discours de Burnham à l'adage « *it's cool to know nothing* »⁴⁹.

La tonalité du discours médiatique brouille les pistes, mais quels que soient les desseins visés par la presse, il a le mérite d'alimenter le débat. Si les procédés sont parfois douteux, de nombreuses interrogations restent en effet légitimes. Il est effectivement approprié de se demander quelles briques additionnelles peuvent être ajoutées à l'édifice bibliothèque. On peut se questionner sur les limites à fixer et remettre en cause le fait que tout type de proposition y aient leur place. On peut toutefois se demander avec Sue McKenzie⁵⁰ en quoi manger une part de gâteau et boire un café peut porter atteinte aux missions de la bibliothèque et affirmer que cela n'en fait pas un burger bar pour autant. Il faut par ailleurs observer que le projet d'Hillingdon auquel Tim Coates a été associé en tant que consultant, comprend un café. Il a même été envisagé qu'un Starbucks y soit implanté. Cette information figure sur un des billets de Tim Coates en date du 10 août 2007. Starbucks n'a finalement pas été retenu, mais la légitimité d'une telle chaîne de café, aurait pu être davantage sujet à caution. Starbucks peut en effet être vu à maints égards comme la déclinaison pour le café de ce que sont les chaînes de restauration rapide à la restauration. Tim Coates s'oppose régulièrement sur son blog à la marchandisation des bibliothèques et aurait pu s'émouvoir davantage de l'implantation de cette chaîne de cafés, symbole marchand par excellence, au sein de celle-ci.

Notons que l'opposition entre Tim Coates, représentant en quelque sorte le camp traditionnel au Royaume-Uni, et une frange plus moderniste, est loin d'être toujours si marquée. Trois points importent à Tim Coates⁵¹ : la qualité du fonds en livres, l'attractivité des bâtiments et une large plage d'ouverture. Or les deux derniers paramètres sont également revendiqués clairement dans le discours d'Andy Burnham et dans la succession de rapports parus ces dernières années. Tim Coates, anciennement directeur d'un magasin de livres de l'enseigne Waterstone, propose lui aussi en définitive également de recourir à des techniques issues du secteur marchand. Concernant le fonds de livres, il procède de même. Selon lui, une bibliothèque doit être aussi bien achalandée qu'une librairie, il souligne à juste titre que 70% des usagers de bibliothèques qui cherchent un ouvrage spécifique, n'ont pas plus d'une chance sur deux de le trouver. Pour une librairie, un pourcentage inférieur à 90% induirait un risque de non-viabilité. Il démontre également que si le budget alloué aux bibliothèques a augmenté de 25% entre 1997/1998, celui consacré aux livres aurait diminué de 9%⁵². Pour Tim Coates, les coûts en personnel sont beaucoup trop élevés et pourraient être réduits assez facilement au profit des livres. En outre, s'il reconnaît l'utilité de la formation en bibliothèques, il affirme que ce n'est pas le souhait de la majorité. La diversification de l'offre profiterait à une minorité et nuierait à une majorité négligée. Il déplore sur son blog qu'aucune enquête de terrain n'ait été menée ces dernières années afin de mettre en valeur l'idée selon laquelle les livres sont la seule chose que le public

⁴⁷ *ibid.*

⁴⁸ Beattie, Jason. *Starbucks should open coffee shop in libraries says minister*. The Daily Mirror, 12.10.2008

⁴⁹ Lewis, Jemima. *Andy Burnham was right about libraries*. The Telegraph, 12.10.2008

⁵⁰ Courte interview de Sue McKenzie intitulée « *Librarian call for change* » disponible sur le site de la BBC News, à l'adresse suivante : http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/england/7662390.stm

⁵¹ Coates Tim. *Who's in charge ? Responsibility for the Public Library Service*. Libri, avril 2004, p. 1.

⁵² *Ibid* p. 5.

attende réellement d'une bibliothèque. Le projet des Idea Stores se fonde cependant sur une étude auprès du public sans précédent afin de recenser ses besoins précis. Face au déclin de ses bibliothèques, le district de Tower Hamlets a en effet commandité la plus vaste enquête de service public jamais menée au Royaume-Uni⁵³. Celle-ci offre un bilan nettement plus contrasté : si les enquêtés réclament un fonds de qualité (consistant mais aussi varié en supports), ils accordent beaucoup d'importance à l'animation culturelle et à une diversité de services au sein de la bibliothèque comme la formation, la présence d'un café ou une crèche, ainsi qu'à l'ambiance⁵⁴.

Même si les missions et les caractéristiques de ces nouvelles bibliothèques ne sont pas complètement définies, elles semblent entrer dans un canevas communément reconnu comme « third-place library » en Amérique du Nord ou en Australie. L'utilisation de ce terme commence à se propager dans les pays nordiques ainsi qu'au Royaume-Uni dans certaines publications professionnelles.

1.2. ADAPTATION DU CONCEPT DE TROISIÈME LIEU À LA BIBLIOTHÈQUE

Si en France le terme ne rencontre qu'une occurrence dans le BBF jusqu'à ce jour⁵⁵, il importe de nous pencher sur le succès de cette terminologie, importée de la sociologie urbaine à la bibliothéconomie. Nous allons chercher à en comprendre la genèse et les caractéristiques. Nous tenterons ensuite d'observer les recoupements possibles avec les éléments distinctifs propres à certaines nouvelles bibliothèques.

1.2.1. Histoire du concept

Le sociologue urbain Ray Oldenburg, aujourd'hui professeur émérite de l'université de Pensacola en Floride, a forgé le concept de « third place » ou « troisième lieu » en français au début des années 1980 pour décrire des endroits où les gens peuvent se réunir et entrer en interaction. Selon lui, peu de travaux avaient été réalisés sur ce sujet depuis le bref essai de Georg Simmel « On individual and social form »⁵⁶. Son essai ne se revendique pas d'un courant de pensée spécifique et ne fait pas mention d'autres thèses ou écrits particulièrement connus, du moins en Europe. Son travail s'apparente cependant à celui de l'école de Chicago, à laquelle appartenait Simmel. Il étudie en effet le rapport entre ville et société, l'impact de la configuration urbaine sur le comportement humain et les formes de sociabilité. Dans la seconde préface de « The great good place. Cafés, coffee shops, bookstores, bars, hair salons and other hangouts at the heart of the community », paru initialement en 1989, il cite des travaux se recoupant avec la sphère de sa recherche ou la complétant. Les champs d'études de ces livres portent sur les villes américaines, le renouveau urbain, les banlieues et la réécriture des codes architecturaux en leur sein, le développement de la communauté et des quartiers, l'essence de la communauté, l'engagement du citoyen dans la ville, les équipements culturels comme

⁵³ Dogliani, Sergio. op. cit.

⁵⁴ Tower Hamlets Borough Council. *A library and lifelong learning Strategy for Tower Hamlets*. London : Tower Hamlets Borough Council, 2002

⁵⁵ Glosione, Audrone, Palekas, Rolandas et Kriviene, Irena. *Le Centre de communication des savoirs. Une bibliothèque pour le XXIIe siècle*. BBF, t. 52, n°1, 2007.

⁵⁶ Oldenburg, Ray. *Celebrating the Third Place. Inspiring stories about the « Great Good Places » at the Heart of Our Communities*. - New York : Marlowe & Company, 2001.

moteurs de la vie publique, la vie sociale des zones urbaines, le rapport des élites à la configuration urbaine ou l'intégration des étrangers à la ville⁵⁷.

Le concept de troisième lieu se nourrit de ces différentes approches. Son appellation indique sa démarcation d'avec le premier lieu, correspondant au foyer et le second lieu, domaine réservé au travail. Ces endroits se distinguent les uns des autres de par leur localisation et leurs fonctions. Les troisièmes lieux, quant à eux permettent à une vie communautaire informelle de s'épanouir. L'ouvrage d'Oldenburg, se comprend autant comme analyse de ce type de lieux que comme plaidoyer en leur faveur. Oldenburg postule qu'ils sont essentiels à la cohésion sociale. Or selon lui, les Etats-Unis accusent un déficit marqué de ce type d'endroits. Au sortir de la seconde guerre mondiale se sont développées autour des villes des banlieues tentaculaires sans véritable épice. Les nouvelles banlieues devaient pouvoir accueillir treize millions de vétérans et présenter des options peu coûteuses pour les anciens soldats et leurs familles. Les nouvelles formes urbaines ont cependant éradiqué les anciens centres de vie collective, qui nourrissaient auparavant les échanges et constituaient l'essence même de la ville. Elles ont fait éclater les lieux fédérant autrefois la communauté. Il faut se rendre en des endroits différents et utiliser les transports afin de mener à bien les activités quotidiennes. Les « automobile suburbs » ne sont donc plus le théâtre de rituels sociaux. La redistribution de l'espace a poussé les individus au repli sur soi, au surinvestissement des domaines familial et professionnel. Les individus ont reporté toutes leurs attentes sur ces deux sphères, les grevant d'un poids qu'elles ne peuvent absorber. Privés d'espaces publics en nombre suffisant, les individus ne fraient plus que dans leur milieu, les différentes classes sociales ne se mêlent plus ou trop peu. La ségrégation sociale se renforce et l'isolement devient plus difficilement surmontable.

Pour Ray Oldenburg, le bien-être de la communauté repose sur ces troisièmes lieux, neutres, démocratiques, dont le café paraît présenter la matrice idéale. Oldenburg signale à juste titre que toutes les grandes civilisations et les grandes villes ont abrité des lieux de rencontre informelle, composante essentielle de leur identité et de leur culture. Les cafés de Vienne ou de Paris, les *bier garten* allemands, les *piazza* de Florence ou les *pubs* (abréviation pour *public houses* signifiant leur appartenance à tous) ont procuré à leurs habitants la sensation d'être à la maison tout en séjournant dans des lieux publics. Ils ont fonctionné comme des *home-away-from-home*, accueillant et stimulant leurs échanges humains et spirituels. Les cafés participent même à l'essence de l'Europe selon George Steiner : « *Les cafés caractérisent l'Europe. [...] Le café est un lieu de rendez-vous et de complot, de débat intellectuel et de commérage, la place du flâneur et celle du poète ou métaphysicien armé de son carnet [...] Dans le Milan de Stendhal, dans la Venise de Casanova, dans le Paris de Baudelaire, le café hébergeait ce qu'il y avait d'opposition politique, de libéralisme clandestin. Dans la Vienne impériale, trois grands cafés constituaient l'« agora », lieu d'éloquence et de rivalité d'écoles concurrentes d'esthétique et d'économie politique, de psychanalyse et de philosophie.* »⁵⁸ Les cafés sont d'une certaine manière les descendants de l'*agora* grecque et du *forum* romain, lieux de dialogue et de démocratie. Oldenburg rappelle que l'urbanisme des villes grecques et romaines se devait de traduire la supériorité de l'espace public sur l'espace

⁵⁷ voici la liste des ouvrages mentionnés dans la préface de l'édition de 1996 : Jacob, Jane : *The Death and Life of Great American Cities.* ; Gratz, Roberta : *The Living City.* ; Gruen, Victor : *The Heart of our Cities.* ; Von Eckardt, Wolf : *Back to the Drawing Board* ; Rudofsky, Bernard : *Streets for People* ; Cramer, Mark : *Funkytowns USA* ; Pindell, Terry : *A Good Place to Live* ; Langdon, Philip : *A Better Place to Live* ; Katz, Peter : *The New Urbanism* ; Sexton, Richard : *Parallel Utopias* ; Sucher David : *City Comforts* ; Whyte, William H. : *The Social Life of Small Urban Spaces* ; Evans, Sarah et Boyte, Harry : *Free Spaces* ; Lasch, Christopher : *The Revolt of the Elites* ; Lofland, Lyn : *A World of Strangers* ; Ignatieff Michael : *The Needs of Strangers* ; Palmer, Parker : *The Company of Strangers.*

⁵⁸ Steiner, George. *Une Certaine idée de l'Europe.*- Arles : Actes Sud, 2005. (« Un endroit où aller »), pp. 23-24.

privé⁵⁹. « Idiot » renvoie d'ailleurs en grec à celui qui reste confiné à l'espace privé. Sans revêtir une dimension culturelle aussi prononcée aujourd'hui, le café et plus généralement le troisième lieu d'aujourd'hui sont pour Oldenburg partie constituante du trépied qui se trouve fondamentalement à la base d'une existence équilibrée, au côté du travail et du cercle domestique. Le rituel français de l'apéritif pris entre amis au bistrot lui apparaît constituer une transition idoine entre le premier et le second lieu. Il importe de prendre en compte que l'ouvrage d'Oldenburg date de presque vingt ans et que sa vision des cafés ne correspond plus nécessairement à la situation actuelle. Une forme d'idéalisation du modèle européen imprègne en outre son discours. Toutefois, les caractéristiques du troisième lieu semblent dans leur plus grande partie se retrouver dans certains endroits ou établissements, quels que soient leur type, leur pays ou leur époque.

1.2.2. L'essence du troisième lieu

Le concept de « third place » remporte un énorme succès en Amérique du Nord et connaît une amorce de « carrière » mondiale actuellement. Il est très souvent usité sans être pour autant explicite. Son emploi fait référence à des réalités multiples, parfois bien éloignées de sa définition originelle. Bien qu'Oldenburg ait affirmé son incompatibilité avec les centres commerciaux ou les chaînes de restauration rapide, l'univers marchand s'en est emparé. Starbucks se vend comme home-away-from-home et en a fait le concept-clé de sa stratégie marketing. Nintendo revendique la dimension de troisième lieu de sa console PS2. Les exemples sont multiples⁶⁰. Il importe donc de comprendre quelles sont les caractéristiques réelles de ce troisième lieu, afin de mieux saisir l'engouement dont lui témoignent nombre de bibliothèques. Dans les différents articles de bibliothéconomie, le territoire du troisième lieu semble mouvant, s'adaptant aux desseins poursuivis. A l'appui de l'ouvrage de Ray Oldenburg, nous détaillerons donc les différents attributs du troisième lieu.

1.2.2.1. Caractéristiques

D'après la typologie établie par Oldenburg, le troisième lieu présente une dizaine de signes distinctifs et à peu près autant d'apports bénéfiques. Le troisième lieu offre tout d'abord un *terrain neutre*, dénué d'obligations. En effet, il doit exister des lieux où les gens vont et viennent à leur guise sans rendre de compte à quiconque, sans avoir à tenir le rôle d'hôte ou d'invité. Ce type de rencontres nécessite un cadre confortable, rappelant celui de la maison. Les coins de rue vivants ou les comptoirs de café peuvent ménager des possibilités de rencontres imprévues, créer des opportunités de rencontres impossibles à la maison ou au travail. Les troisièmes lieux favorisent l'échange tout en préservant l'indépendance de l'individu. Ils privilégient le contact entre les différents membres de la communauté et par-là contribuent à la démocratie. Dans le même ordre d'idée, ils opèrent comme un *niveleur social* et placent les gens sur un même pied d'égalité. Espace ouvert à tous, le troisième lieu ne fixe aucun critère formel d'adhésion ou de discrimination⁶¹. Il vise avant tout à favoriser le plaisir d'être ensemble. La tolérance y est naturelle. Ceux qui habituellement sont exclus de la participation à la vie publique peuvent être présents et prendre part à la vie du lieu au même titre que les autres. La principale activité réside dans l'échange, dans la *conversation*. Les sujets les

⁵⁹ Oldenburg, op. cit., p. 17.

⁶⁰ Mikunda, Christian. *Brand Lands, Hot Spots & Cool Spaces. Welcome to the Third Place and the Total Marketing Experience.* - London and Philadelphia : Kogan Page, 2004, p.5.

⁶¹ Oldenburg. op. cit., p. 24.

plus divers sont abordés au sein d'une ambiance joyeuse et vivante marquée par la curiosité et le respect de l'autre. Le mode de conversation obéit à certaines règles tacites. Tout le monde peut prendre la parole. On est libre de dire ce que l'on pense tout en faisant attention à ne pas blesser les sentiments de l'autre. L'effet de l'espace public opère et l'on aborde davantage des sujets d'intérêt général, avec une certaine discrétion pour ne pas gêner les autres. Le troisième lieu est aussi celui de l'échange non nécessairement verbal qui se traduit par la pratique d'activités partagées tel que le jeu, pouvant également accompagner la conversation ou la stimuler. Le jeu renferme un vrai potentiel social. Il offre une possibilité de partage avec les autres autour d'une expérience commune, fondée sur la libre association. Les troisièmes lieux laissent les usagers maîtres de leurs envies. Aussi les plus efficaces sont les endroits présentant le plus d'*accessibilité*, quelle que soit l'heure du jour ou de la soirée. Le troisième lieu doit en effet présenter la garantie qu'il pourra offrir un remède contre la solitude à tout moment, une sorte d'antidote à la frustration et à l'ennui. Il doit pouvoir procurer un moment de détente en bonne compagnie, donner l'impression à l'individu qu'à tout moment une vie communautaire existe, que des liens unissent les individus. Ces lieux sont ouverts longtemps et sont localisés dans des endroits, facilement accessibles. Les gens doivent pouvoir y accéder en dehors de leur heures de travail ou d'école, durant leur temps libre. Ils doivent pouvoir s'y rendre quand ils veulent, sans contraintes, pour un séjour bref ou une visite plus prolongée. En conséquence, les activités se déroulant dans le troisième lieu ne sont souvent pas planifiées à l'avance. L'envie du moment dicte le choix immédiat. Elles diffèrent des obligations habituelles, notamment de celles imposées par le travail. Le propre des troisièmes lieux est aussi d'accueillir des *habitués*. La personne seule aura ainsi une grande probabilité de croiser des visages familiers, ne se sentira pas étrangère mais bienvenue. Cet entourage d'habitués favorise en effet l'interaction et génère une atmosphère d'échange, de joie et de confiance. On ne sent pas étranger en ces lieux mais bienvenu. Ces lieux se caractérisent par leur *simplicité*. Ils ne renvoient pas une image impressionnante aux non-initiés. Ils ne les effraient pas. Au contraire, ils les mettent en confiance. Leur aménagement est souvent assez simple. Ils présentent un cadre confortable où les gens peuvent rester aussi longtemps qu'il le désirent, contrairement aux établissements à vocation purement commerciale qui poussent au *turn-over* régulier des usagers. Ils ne doivent pas être des lieux d'exception, mais des endroits que l'on fréquente régulièrement, qui font partie intégrante de la vie quotidienne. Un *caractère enjoué* les particularisent. La bonne humeur et l'acceptation y dominent. Pour Oldenburg, le troisième lieu s'apparente à un terrain de jeu. Il dégage une aura presque magique et possède un grand pouvoir d'attraction. La sensation de partager quelque chose avec d'autres, de vivre une expérience inhabituelle en leur compagnie lui confère un charme particulier. Cela suscite chez l'individu l'envie de réitérer l'expérience. L'atmosphère conviviale du troisième lieu le rapproche du foyer, en fait une *home-away-from-home*. Oldenburg souligne à juste titre que le « troisième lieu entre en concurrence avec la maison à maints égards et qu'il sort souvent vainqueur de cette compétition »⁶². Cinq caractéristiques confèrent au troisième lieu sa ressemblance avec le foyer. Il offre premièrement un ancrage physique autour duquel nous organisons une partie de notre vie. Il nous procure un sentiment d'appartenance et nous « enracine » dans la communauté. Il opère comme un second chez-soi, que l'on s'approprie. Deuxièmement, le groupe d'usagers fait partie du troisième lieu : plus ils le fréquentent et l'utilisent, plus ils se l'approprient et en deviennent une composante. Troisièmement, l'individu se sent régénéré socialement à son contact. Quatrièmement, on peut être soi-même dans ce

⁶² Ibid., p. 39.

type de lieu, on se sent à l'aise, on peut exprimer sa personnalité. Enfin, le troisième lieu se singularise par sa chaleur humaine. Il s'en dégage une atmosphère de partage, d'intérêt mutuel, de joie et de vie. Les troisièmes lieux doivent remplir ces cinq critères pour exister, ils font partie de leur essence et c'est en cela qu'ils surpassent même parfois la familiarité et la convivialité procurées par un cercle domestique.

1.2.2.2. Apports bénéfiques

Pour Oldenburg, les bénéfices du troisième lieu se mesurent surtout en termes personnels, en apport humain. Ils favorisent selon lui un rapport d'entraide et de respect. Ils apportent de la *nouveauté* à leurs usagers, une expérience inédite brisant la routine du quotidien, que le shopping ou la télévision ne sauraient en mesure de concurrencer. De nombreux stimuli dans le troisième lieu concourent à un effet de surprise, d'aventure, d'excitation. Ce phénomène est dû en grande partie à la variété de la population présente. Des individus très différents peuvent s'y rencontrer : il se produit alors une forme d'œcuménisme social⁶³. Le sentiment d'appartenance à la communauté en est renforcé. Par ailleurs, l'usager y est plus acteur que consommateur. Cette participation à la fois sociale et active accroissent la « qualité de l'expérience ». Il propose une *perspective* différente. La configuration urbaine actuelle de notre société n'est pas toujours appropriée au développement de rapports humains satisfaisants. Nous adoptons des comportements de plus en plus individualisés sans avoir connaissance des intérêts de nos congénères. La société est complexe et nous sommes dépendants des autres sans pour autant nous sentir vraiment liés à eux. Les individus ont donc besoin d'expériences de contrepoint pouvant atténuer cette sensation. Par sa convivialité et les valeurs positives qu'il véhicule, le troisième lieu agit à la manière d'un « centre de thérapie »⁶⁴. L'atmosphère informelle et détendue des troisièmes lieux, en rupture avec les conventions formelles, est favorable à la fraternité et au tissage de liens sociaux. Le troisième lieu agit comme *stimulant moral*⁶⁵. Il se veut un endroit propice à la joie, à la vitalité, et à la détente, un lieu empreint de « *Gemütlichkeit* »⁶⁶, terme allemand difficilement traduisible, évoquant le caractère douillet du lieu et son ambiance chaleureuse. On a le droit d'y laisser de côté ses responsabilités habituelles. On peut s'essayer à l'amateurisme sans crainte du regard de l'autre, et exercer ses talents de chanteur, d'orateur, de comédien ou de psychologue. La *présence de compagnons* permet de désamorcer le « paradoxe de la sociabilité »⁶⁷ : on peut bénéficier de la présence des autres sans être soumis aux contraintes habituellement imposées par les relations humaines. Tout échange repose sur le choix personnel et l'usager est libre de le prolonger ou de l'écourter. Ce réseau de connaissances n'est pas contraignant, car il n'a pas d'unité. Il exclut toute forme de rapport obligatoire, il est ouvert, et fonctionne sur la base du volontariat. Cela permet une forme de socialisation agréable que les usagers peuvent gérer à leur guise. L'individu a besoin de plusieurs types de relation, d'amitiés intimes, mais aussi de rapports plus lâches lui permettant de sentir affilié à un club, un groupe et plus largement à la communauté. Les troisièmes lieux nourrissent le sentiment d'affiliation. L'avantage de l'affiliation informelle réside dans sa disponibilité permanente. Les troisièmes lieux permettent à l'individu de se ressourcer, d'alimenter son sentiment d'appartenance à la communauté, juste en y séjournant brièvement.

⁶³ *ibid.*, p. 45.

⁶⁴ *ibid.*, p. 51.

⁶⁵ Oldenburg évoque en fait un « spiritual tonic » qui pourrait être compris comme une élévation intellectuelle, mais c'est bien là de l'apport en termes émotionnels dont il parle. Nous avons donc préféré retranscrire ce terme par stimulant moral.

⁶⁶ Oldenburg utilise ce mot sciemment dans son texte

⁶⁷ *ibid.*, p. 60.

Mais il est des bénéfiques encore plus nobles induits par le troisième lieu qu'Oldenburg qualifie de *greater goods*⁶⁸. Ces endroits jouent selon lui un *rôle politique*. Ils contribuent au maintien de l'esprit démocratique. Oldenburg rappelle que les dictatures ont toujours tenté d'éradiquer les cafés et les lieux de réunion. Ces lieux sont en effet essentiels au processus politique de démocratisation. Pour Oldenburg, la démocratie américaine puise ses origines dans les tavernes locales de l'ère révolutionnaire, brassant toute la variété de la population. Plus que tout autre endroit, elles ont fait fonction de forum démocratique. La liberté d'expression, l'interaction spontanée propres au troisième lieu sont la nécessaire condition d'un ordre social sain. Les tavernes, cellules informelles de la communauté ont contribué à l'évolution de celle-ci. Elles étaient la fabrique sociale de la ville.⁶⁹ Elles offraient la possibilité de questionnements communs, de protestation, de confrontations d'idées, et contribuaient à la constitution d'une opinion locale et collective. De nos jours, la télévision relaie beaucoup d'événements politiques mais les individus ont été dépossédés de leur rôle participatif au débat. Il ne s'agit plus d'un vrai processus démocratique. La multiplication des troisièmes lieux, tremplins locaux en faveur de l'échange et de l'organisation citoyenne pourrait y remédier. Les troisièmes lieux peuvent permettre de restaurer la base de l'engagement politique en favorisant l'*association*. D'après Oldenburg, les urbanistes doivent intégrer ce paramètre dans la conception des villes ou banlieues. Pour Tocqueville qui avait noté la vitalité des réseaux américains lors de son voyage en Amérique, le droit à la réunion en libre assemblée est le privilège le plus naturel de l'homme⁷⁰. Ce type de réunion n'a pas sa source dans les rassemblements organisés, mais dans les opportunités de rencontres informelles, comme le proposaient les bureaux de poste par exemple. Ainsi, les tavernes attiraient des Ecossais, des Anglais, des Hollandais, des Allemands, des Irlandais, des Catholiques, des Anabaptistes, des Moraviens, des Sabbatariens ou des Juifs. Le *pub*, abréviation de *public house*, lieu de rencontres informelles, se voulait le foyer d'accueil d'un melting-pot social, vivier fécond d'une multitude de structures plus organisées. Les Allemands arrivés aux Etats-Unis ont de façon similaire développé par le truchement des *bier garden* des cercles de lectures, des clubs de tir, des chorales, des groupes de musique ou des associations de volontaires qui ont nourri les rangs des pompiers⁷¹. Ce type de mode associatif présente l'avantage d'inclure tous les citoyens. Au centre de la communauté, le troisième lieu agit comme *agent de contrôle social et promoteur de valeurs positives*. La mobilisation des individus pour la communauté endigue le risque de dérives. Soumis au regard des autres, les individus évitent les comportements déviants et il se produit une forme d'émulation au crédit du « bon » comportement. Les troisièmes lieux promeuvent un système de valeurs prévalant tacitement : le respect, la tolérance, l'ouverture, la bienséance y règnent et certains membres de la communauté peuvent également servir de modèle à ses membres, héros quotidiens plus efficaces que leurs doubles télévisuels. Les troisièmes lieux valorisent l'usager en tant que membre de la communauté. Ces endroits permettent en outre de se décharger d'émotions négatives, de se défouler. Ce sont aussi des espaces de *plaisir* et d'*amusement*. Les moments de détente partagés avec d'autres participent au sentiment de cohésion sociale et identitaire. La société, de plus en plus individualiste, manque de rituels associant les gens de façon joyeuse et informelle. Moins il y a d'occasions festives dans la communauté, plus les risques de danger augmentent et deviennent imprévisibles. Les troisièmes lieux peuvent fonctionner comme des garde-fous et

⁶⁸ Ibid., p. 66.

⁶⁹ Ibid., pp. 67-68.

⁷⁰ Ibid., p. 72.

⁷¹ Ibid., p. 75.

permettre une échappatoire au quotidien, tout en présentant des limites à ne pas dépasser. Toutes ces particularités font du troisième lieu des *avant-poste du domaine public*. Ils contribuent à sa pérennité. Les cafés parisiens avec leurs terrasses par exemple sont des lieux d'échange, de détente mais représentent également un contingent de dix mille avant-postes publics où des millions de gens servent inconsciemment de vigiles, apportant leur contribution au bon ordre public⁷². Tous ces attributs constituent l'essence du troisième lieu selon Oldenburg, ce qui implique que nombre d'établissements n'en sont pas. Le troisième lieu présente un apport social indéniable.

1.2.3. Adéquation du concept à la bibliothèque

La vision d'Andy Burnham de la bibliothèque rappelle fortement le troisième lieu défini par Oldenburg : lieu vivant, au cœur de la communauté, ouvert au monde, accueillant, accessible, favorisant l'échange. Ce type de bibliothèque semble même déjà exister au Royaume-Uni. Ainsi les Idea Stores sont-ils des établissements calqués sur les besoins de leur communauté, dont la vocation sociale est inscrite dans leur document de développement de stratégie⁷³. Accessibles, situés dans les artères marchandes du quartier de Tower Hamlets et ouverts sept jours sur sept, ils accueillent une population multi-ethnique dans un lieu neutre⁷⁴, non-confessionnel, présentant avec le marché un des uniques espaces où les diverses communautés peuvent se côtoyer, séjourner ensemble. Les Idea Stores comportent des cafés et de nombreuses possibilités comme des crèches, des salles de formation ou de sport permettent aux usagers de se rencontrer et d'échanger. A chacune de leur visite, les usagers peuvent se modeler un programme à leur guise en piochant parmi les différentes offres traditionnelles ou alternatives de la bibliothèque. Les matinées du jazz de Whitechapel sont devenues par exemple un rituel où de nombreux usagers se retrouvent. L'atmosphère est conviviale et détendue. Les bâtiments colorés n'évoquent en rien l'image austère véhiculée par les anciens bâtiments victorien, dont les résidents de Tower Hamlets s'étaient plaints dans le cadre de la large enquête menée avant la conception des Idea Stores. Ils agissent comme « agents de contrôle et promoteurs de valeurs positives » dans un district où les résidents viennent d'origines très différentes et contribuent à créer une unité identitaire au sein de la population. Les Discovery Centres du district de South Hampshire, la Norwich Millenium Library de Norfolk ou la bibliothèque de Brighton pourraient constituer d'autres exemples probants.

Si Ray Oldenburg ne fait pas figurer les bibliothèques parmi les troisièmes lieux, elles en partagent néanmoins pour le sociologue américain Robert Putnam de très nombreuses qualités⁷⁵. Putnam range les nouvelles bibliothèques, notamment celles de Chicago auxquelles il consacre tout un chapitre de son ouvrage « Better together. Restoring the American Community », parmi les établissements générateurs de capital social⁷⁶. A

⁷² *ibid.*, p. 83.

⁷³ Tower Hamlets Council. *op. cit.*

⁷⁴ Si Ray Oldenburg assimile ici la neutralité à l'absence de contraintes, la possibilité d'aller et venir à sa guise, nous sommes tentés d'ajouter une autre dimension à ce vocable auquel elle correspond encore mieux en bibliothèque : l'impartialité.

⁷⁵ Putnam, Robert D., Feldstein, Lewis, M. . *Better Together. Restoring the American Community*. - New York : Simon & Schuster Paperbacks, 2004, p. 50.

⁷⁶ Le capital social est un terme qui renvoie chez Putnam au développement de réseaux relationnels. Ceux-ci facilitent l'intégration sociale de l'individu et alimentent l'identité communautaire. Ils l'aident à surmonter l'isolement et à nourrir des sentiments de réciprocité et de confiance. Le capital social promeut des valeurs d'échange et agit comme un ciment social sur la communauté. Il lui apporte sa cohésion. Le capital social peut se manifester sous différentes formes : conversation autour d'un café, organisation citoyenne, club, ligue de bowling,... Putman est également l'auteur de « Bowling Alone. The Collapse and Revival of the American Community », paru en 2000. Il y constate le déclin prononcé des associations dans le dernier tiers du vingtième siècle aux Etats-Unis, ainsi que l'individualisation des pratiques, comme celle du bowling : les participants jouent de moins en moins en équipe, de plus en plus seuls. L'expression « Bowling alone » connaît presque un usage métonymique et

cheval entre un quartier aisé et un quartier défavorisé, la bibliothèque Near North Branch de Chicago, bourdonne de vie et d'activités : aide au devoir, clubs de lectures, cercles de poésie, etc. Elle fonctionne comme un « agent de changement » au coeur de la communauté dont les collections sont pour une partie non négligeable recentrées autour du savoir et du patrimoine locaux. Elle comporte un grand nombre de salles de réunions accueillant des débats, des cours ou des groupes de voisinage. Pour une des bibliothécaires, elle rappelle même l'ancienne épicerie de quartier où tout le monde connaissait tout le monde⁷⁷, un des modèles de troisième lieu pour Oldenburg. D'après Kate Meyrick⁷⁸, la bibliothèque remplit tous les critères du troisième lieu. Espace d'échange et de vie par excellence, la bibliothèque constitue pour elle la pierre angulaire de la collectivité. Par sa mutation actuelle et l'adjonction de cafés en son sein, elle parfait sa dimension sociale et se trouve en passe de devenir le prochain troisième lieu de grande valeur⁷⁹. D'après Alistair Black⁸⁰, les bibliothèques modernes sont déjà des troisièmes lieux et elles l'ont d'ailleurs presque toujours été : « *Alongside everyday 'hangout' institutions like coffee shops, bookstores, taverns, lunch clubs and community centers they [the libraries] have historically displayed the core qualities of the 'third place' : they are neutral, levelling, relatively unpretentious and communal ; they are territories that are familiar, comfortable, accessible and that encourage social interaction, conversation (within limits) and a mood of playfulness ; they are frequented by 'regulars' and serve as home away from home, releasing individuals from the daily grind, providing solace and distraction* »⁸¹.

Le degré d'adéquation de la bibliothèque et du troisième lieu est sujet à interprétation. Les critères d'Oldenburg ne sont pas forcément scientifiques, certains se chevauchent⁸². Il est donc délicat de les appliquer avec précision comme on le ferait avec une grille d'indicateurs invariables. Nombre de paramètres ne sont pas quantifiables : le degré d'échange réel ou l'essence du caractère enjoué ne se laissent pas facilement appréhender. Tout dépend par ailleurs du type de bibliothèque. Les établissements novateurs ne présentent pas en effet de matrice unique. Toutefois, certaines tendances peuvent être dégagées. Certains critères comme l'accessibilité (large plage d'ouverture, localisation appropriée) ou la mixité sociale (nous verrons qu'à l'instar de la bibliothèque de Chicago, de nouvelles bibliothèques ont su créer un effet de démocratisation culturelle et sociale), semblent indéniablement se superposer tandis que d'autres sont partiellement remplis. Il en va ainsi de la conversation qui ne constitue pas l'activité principale des bibliothèques. Oldenburg montre toutefois que la conversation n'est pas l'unique activité et qu'il s'agit en fait tout autant de partage avec les autres. En revanche, le silence absolu, pomme de discorde du débat anglais actuel, invaliderait le caractère de troisième lieu des bibliothèques. Si le mode de conversation diffère du modèle initial du troisième lieu, le type de relations noué en bibliothèque n'est pas non

renvoie à l'étiollement des pratiques communautaires. Les concepts d'Oldenburg et de Putnam sont très souvent associés, notamment dans les articles ou ouvrages portant sur les « third place libraries ».

⁷⁷ Putnam, Robert D., Feldstein, Lewis M. op. cit., p. 37.

⁷⁸ Membre de de l'instance australienne « Homey Institute »

⁷⁹ Harris, Cathryn. *Libraries with lattes : the new third place (coffee shops)*. Australian Public Libraries and Information Services. December 1, 2007

⁸⁰ Historien des bibliothèques britannique

⁸¹ Black Alistair. « Socially controlled space or public sphere 'third place' ? Adult reading rooms in early British public libraries ». in : Koren, Marian, (dir.). *Working for Five Star Libraries. International Perspectives on a century of public library library advocacy and development*. - Den Haag : Vereniging openbare bibliotheken / Biblion, 2008, pp. 27-41.

⁸² Plusieurs critères se recoupent (comme « agent de contrôle » ou « avant-postes du domaine public » insistant tout deux sur la notion de garde-fou du troisième lieu dans la société) et de nombreux attributs similaires (convivialité, liberté d'action,...) fournissent la définition de différents paramètres. En outre, les caractéristiques et les bénéfices se superposent parfois également. Cela explique les répétitions dans leur présentation et ceci rend difficile l'appréhension exacte des différents éléments.

plus du même ordre que dans un café par exemple. Comme le souligne Kevin Harris, consultant en développement communautaire, les réseaux de voisinage ne recouvrent pas la même chose que les réseaux amicaux. Leur intensité relationnelle est moindre et les attentes ne sont pas équivalentes. Chez Oldenburg, les deux types de réseaux se superposent. Harris démontre à juste titre qu'un troisième lieu classique remplit certes plus les promesses de rencontres d'habitues qu'une bibliothèque. Cependant, les sociétés ont également besoin de lieu de rencontres informels où la collectivité puisse se réunir, sans que ses membres se connaissent toujours personnellement pour autant.⁸³ Mais ici encore, chaque bibliothèque présente une configuration différente. Certains établissements parviennent à générer un tel climat de convivialité que les usagers s'y donnent rendez-vous et sont certains d'y retrouver des visages familiers, comme à la bibliothèque de la Near North Branch de Chicago précédemment mentionnée. La bibliothécaire Anne Ayres connaît ainsi tous les habitués par leur prénom⁸⁴. Par ailleurs, peu d'endroits opèrent encore comme de véritables troisièmes lieux et la bibliothèque, accessible à tous, peut se targuer de fournir une garantie permanente de rencontres, de métissages. Pour Michaël Zeeman, les bibliothèques font même partie des derniers lieux publics dans nos sociétés post-modernes qui offrent généreusement des possibilités de mixité sociale et des opportunités de rencontre. En effet, le rôle des marchés et des églises s'est considérablement amoindri au cours du vingtième siècle. Les autres lieux culturels tels les théâtres ou les salles de concert ont une programmation et un public si spécifiques que les occasions de rencontres au delà d'appartenances bien définies et homogènes sont rares. Les cafés connaissent une évolution similaire, ciblant de plus en plus un public particulier⁸⁵. Peu de cafés remplissent encore le rôle politique des tavernes américaines de l'ère révolutionnaire évoquées par Oldenburg. On peut s'interroger sur la portée du rôle politique des troisièmes lieux et des bibliothèques. En effet, si les individus se croisent ou échangent juste quelques mots, la bibliothèque n'est peut-être pas le lieu de véritables débats démocratiques. Pourtant, Magnus Tortensson, enseignant-chercheur suédois en bibliothéconomie, plaide pour l'apport démocratique décisif des bibliothèques. Lieu de rencontre et d'échange, d'expérience de vie avec et à travers les autres, elle constitue un service gratuit et permet l'assimilation des bases de la participation à la vie publique. Elle facilite l'appropriation d'un savoir contribuant à l'émancipation⁸⁶. Si la bibliothèque ne semble donc pas comporter la même dimension politique que les troisièmes lieux dans leur acception première, elle l'élargit en revanche en associant un autre volet : le savoir, la connaissance, la culture. En somme, la bibliothèque agrandit en fait le périmètre du troisième lieu. Elle fédère les personnes autour de projets culturels et contribue au resserrement des liens communautaires tout en leur apportant une plus-value culturelle. Il serait donc plus précis de parler de troisièmes lieux culturels. En bibliothèque, on peut se demander aussi si le deuxième lieu, sphère du travail, n'empiète pas sur le troisième. Mais l'étude et le travail en bibliothèque ne sont pas soumis aux contraintes d'un lieu de travail classique. Il n'y a pas de supérieur hiérarchique en bibliothèques, ni d'horaires de bureau à observer. En définitive, on peut dire que le concept de troisième lieu appliqué à bibliothèque connaît une adaptation de certaines de ses caractéristiques. Si certaines fonctions ne sont pas complètement remplies, d'autres sont redéfinies ou adjointes. Ces extensions ne

⁸³ Harris, Kevin. *Your third place or mine ? Public libraries and local communities*. Public library journal, 18(2), 2003, pp. 26-29.

⁸⁴ Putnam, Feldstein. op. cit., p. 37.

⁸⁵ Koren, Marian. *Creating Public Paradise : Building Public Libraries in the 21st Century*. - Leidschendam : Biblion Uitgeverij, 2004, p. 13.

⁸⁶ Tortensson, Magnus. « Public libraries and democracy in Sweden – a historical view » in : Koren, Marian, (dir.). *Working for Five Star Libraries. International Perspectives on a century of public library advocacy and development*. - Den Haag : Vereining openbare bibliotheken / Biblion, 2008, pp. 85-100.

respectent pas toujours l'esprit du troisième lieu défini par Oldenburg. Cathryn Harris range par exemple le « branding » - création d'une marque -⁸⁷ parmi les attributs de la bibliothèque troisième lieu. Or, pour le sociologue, tout effet de commercialisation trop prononcé doit être évité. Ce n'est pas cependant le cas de toutes les bibliothèques et si cela se vérifie pour les Idea Stores ou les Discovery Centres, ces établissements répondent cependant à nombre d'autres critères du troisième lieu. Dans l'ensemble, l'essence du troisième lieu semble bien s'incarner dans cette nouvelle génération de bibliothèques. Certaines caractéristiques du troisième lieu connaissent même un renforcement en bibliothèque. Nombre de nouveaux établissements s'entendent en effet comme un home-away-from-home par excellence, véritables « living rooms » publics, et poussent le concept dans des proportions rarement atteintes pour des lieux publics. On pense aussi à la multiplication des activités possibles. L'étude « Framework for the future » définit d'ailleurs la bibliothèque comme un « espace partagé dans lequel les gens peuvent choisir parmi de nombreuses activités »⁸⁸. Oldenburg, dans son descriptif du troisième lieu ne fait pas mention d'une multitude d'activités, mis à part des formes diverses de jeu. En revanche, dans son étude de cas concrets, il fait référence à de nombreux lieux fourmillant de vie et d'activités telles les anciennes rues principales de petites villes ou ces jardins allemands dans l'Amérique du dix-neuvième siècle, matrice des futurs parcs à thèmes actuels, qui ont rempli leur fonction de troisième lieu comme peu d'autres endroits selon Oldenburg. Les nouvelles bibliothèques ressemblent un peu à ces jardins qui proposaient une variété d'activités sans précédent⁸⁹.

Le concept de bibliothèque troisième lieu paraît être en mesure de caractériser toute une nouvelle génération de bibliothèques. Il est donc pertinent, même s'il est important de le nuancer en fonction des cas qui sont toujours particuliers. La bibliothèque de l'avenir pourrait s'incarner de façon durable dans le concept de troisième lieu, car c'est un lieu qui procure un sentiment de bien-être profond. Selon Marian Koren, il s'agit de créer de véritables paradis publics⁹⁰, des cavernes d'Ali Baba, lieux de mystère et de découverte, proches du septième ciel⁹¹. La vision idéale que nous présente Michaël Zeeman dans le même ouvrage est caractéristique : « *I enter it without really knowing what is going to happen, although I came for the books in the first place. I hear the laughing audience in an authors reading behind the open doors to the left and see the flickering images of a film projected on demand to the right, I smell the coffee which clearly is offered in the glass house next to the courtyard and see chance friends sitting at a table looking at a tea table looking at today's newspaper in a language that I even can't read. The library has ordered all these facilities, but in such a mild manner that I don't get the feeling of entering an institution that is going to improve my cultural standards. On the contrary, it seems to be here for my mood only.* ». Mais s'agit-il vraiment d'une représentation fantaisiste ou bien celle-ci ne correspond-elle pas déjà à une réalité ? On songe alors à la vision de Martin Walser, utopique au moment de sa publication dans « Die Bibliothek der Zukunft. Eine vorläufige Skizze » il y a presque quarante ans, mais qui semble désormais s'incarner : « *The real library, the evening university, the real grammar school. I enter, take a shower, jump into the bassin, play tennis or table tennis, join a*

⁸⁷ Harris, Cathryn. op. cit.

⁸⁸ Harris, Kevin. op. cit.

⁸⁹ Oldenburg, Ray. op. cit., p. 99. Ils comprenaient par exemple un gigantesque bar et de nombreux cafés de proportions plus modestes, un stand de tir, des salles de billard et de booling, un orchestre jouant quotidiennement, de multiples groupes jouant le soir, des aires de pique-nique, un manège, une large pagode d'où les visiteurs pouvaient observer toute la ville.

⁹⁰ Koren, Marian. *Creating Public Libraries in Europe. Approaches in Library Architecture*, Texte d'une conférence donnée par Marian Koren, en Juin 2008 à Athènes disponible sur le site de l'institut Goethe à l'adresse : <http://www.goethe.de/mmo/priv/3518675-STANDARD.pdf>

⁹¹ Koren, Marian. *Creating Public Paradise : Building Public Libraries in the 21st Century.*- Leidschendam : Biblio Uitgeverij, 2004, p. 10.

lesson in Russian, order a glass of red wine and listen with headphones to a discussion in the seminar of worker participation. I borrow two books, [...] Then I drive home. I shall stay longer tomorrow. I shall visit one of the clubrooms, in which there are discussions about books and the bestsellers. He or she explains how books are placed on the hit-lists by the help of tricks and distortions of reality. Once a week, a person speaks about the reviews in the local newspapers and those in the national ones. [...] The readers are asked to compare their reading experience with those of the reviewers and to talk about their experiences, they become aware of it. None of these meetings lasts longer than two hours. After These two hours, the participants stay together for a while, listen to discs and have a drink. If authors are invited, they don't read from their books but discuss them with the readers. Once a week, films, are shown, those not performed in cinemas [...]. »⁹². Les bibliothèques hollandaises en présentent une illustration éclairante.

⁹²La citation de l'écrivain Martin Walser figure dans l'article suivant : Vodosek, Peter. « A Time of New Departure, of Decline – or a Glorious Future ? One Hundred Years of Public Libraries in Germany » in : Koren, Marian, (dir.). *Working for Five Star Libraries. International Perspectives on a century of public library library advocacy and development.* - Den Haag : Vereniging openbare bibliotheken / Biblion, 2008, p. 110.

Illustration : l'exemple hollandais

Les Pays-Bas sont particulièrement inventifs en matière de bibliothéconomie. Nous nous pencherons sur le cas de cinq bibliothèques, parmi les plus modernes et les plus innovantes. Les bibliothèques d'Amsterdam, l'OBA⁹³ [illustrations 1, 1A, 1B, 1C], et de Rotterdam⁹⁴ [illustrations 2A, 2B] sont des établissements de grande ville tandis que les bibliothèques d'Amstelveen et d'Heerhugowaard [illustrations 3, 3A, 3B, 3C, 3D], ainsi que la DOK⁹⁵ à Delft [illustrations n°4, 4A, 4B, 4C] constituent des dispositifs de taille moyenne. Toutes reflètent à des degrés différents les nouvelles réflexions en cours et incarnent une ère de renaissance. Elles ont été conçues à l'issue de voyages à l'étranger ou à travers les Pays-Bas afin d'y recenser les idées les plus novatrices et les plus probantes.⁹⁶ La bibliothèque d'Amstelveen [illustration n°5], si elle est moins représentative du modèle recherché que les autres, participe tout de même d'un renouveau et montre bien qu'il se décline différemment selon le contexte. En effet, elle s'adresse à un public privilégié dont les attentes sont plus « classiques »⁹⁷. Nous traiterons davantage de l'OBA, de la DOK et d'Heerhugowaard non seulement parce que nous avons pu recueillir davantage de données à leur sujet mais également parce qu'elles nous semblent incarner particulièrement bien le concept du troisième lieu.

2.1. UN ANCRAGE PHYSIQUE FORT

Les bibliothèques troisième lieu sont fondées sur l'expérience physique des publics. Selon Medy van der Ian, secrétaire d'Etat à l'éducation, la culture et la science des Pays-Bas, le design d'une bonne bibliothèque publique doit remplir deux conditions afin de pouvoir devenir un réel paradis public. Tout d'abord, chacun peut s'y sentir comme à la maison. Le design intérieur doit de plus correspondre aux différentes fonctions de l'établissement⁹⁸.

2.1.1. Home-better-than-a-home

Christophe Evans, Agnès Camus et Jean-Michel Cretin démontrent dans leur ouvrage « Les habitués » l'importance de l'image attachée à la bibliothèque. Elle peut évoquer le champ du sacré à l'instar de la Bnf, associée à un temple du savoir ou au contraire comme la Bpi renvoyer davantage à une sphère profane, au contact de la vie, tout en restant un lieu de savoir universel empreint d'une aura particulière à l'instar de la Bpi⁹⁹.

⁹³ OBA = Openbare Bibliotheek Amsterdam = Bibliothèque Publique d'Amsterdam

⁹⁴ La bibliothèque de Rotterdam a été entièrement repensée il y a peu.

⁹⁵ acronyme pour « De DiscOtake, Openbare Bibliotheek en het Kunstcentrum » : discothèque, bibliothèque et centre d'art.

⁹⁶ Ainsi le projet de l'OBA a été élaboré à l'issue d'un voyage d'étude dans les pays nordiques, au Canada et aux Etats-Unis (notamment à Phoenix et Seattle).

⁹⁷ Les informations présentées ici sont pour l'essentiel le fruit d'entretiens menés auprès du personnel des bibliothèques lors d'un voyage d'étude.

⁹⁸ Creating public paradises. op. cit., p 10.

⁹⁹ Evans, Christophe, Camus, Agnès, Cretin, Jean-Michel. *Les habitués. Le microcosme d'une grande bibliothèque.* - Paris : Bpi / Centre Georges Pompidou, 2000, pp. 102-103.

Par leur agencement, les bibliothèques sélectionnées dans notre étude se rattachent au camp du profane et développent même un réseau de codes qui l'extraient de l'univers public habituel et parachèvent sa désacralisation. Toutes leurs façades présentent de larges surfaces vitrées, symboles d'ouverture et de lisibilité, de connexion avec le monde extérieur. Seule une vitre sépare l'espace réservé aux lecteurs et certaines salles de réunion du personnel à la bibliothèque d'Heerugoward [illustrations 6 et 7], dans un souci d'accessibilité et de transparence. Les univers intérieurs sont chatoyants pour certaines d'entre elles. Les couleurs vives, voire électriques de la DOK [illustrations 8B, 8C, 8D, 8E] détonnent dans un environnement bibliothéconomique adoptant des teintes habituellement plus ternes. Elles semblent vouloir rompre résolument avec les tons de la bibliothèque traditionnelle. D'emblée, le comptoir jaune de l'accueil se détachant sur fond orange paraît « annoncer la couleur » [illustration 8A] : on entre dans un lieu vivant, dynamique, attrayant, gai, en prise avec la jeunesse et le monde actuel. Pour autant, l'environnement de la DOK n'est pas saturé de coloris criards. Tous les espaces de la bibliothèque se déclinent selon une palette de couleurs différentes en fonction de leur spécificité et de leur ambiance, comme nous le verrons par la suite. Dans une perspective similaire, des fauteuils violets ou oranges [illustrations 9A, 9B], des étagères et présentoirs colorés [illustration 3D] sont parsemés dans la bibliothèque d'Heerhugowaard, dont les sols se parent en certains endroits de moquettes rose ou rouge. Pour Raoul de Haan, membre de l'équipe de direction, la bibliothèque doit être un lieu coloré et vivant. Son design doit incarner cette dimension¹⁰⁰. Si l'OBA opte pour des tonalités plus feutrées avec des sols en noyer, des étagères et des murs blanc assez discrets [illustrations 10A, 10B, 10C, 10D], la couleur, elle doit venir des livres et des gens utilisant Internet et le Wi-Fi¹⁰¹.

Le parquet, les pans de mur recouverts de bois clair, les vieilles tables chinées de la bibliothèque amstollodamoise lui confèrent une atmosphère chaleureuse. Le recours au bois en architecture prodigue souvent cette impression : les chalets renvoient ainsi à l'image d'un cocon douillet. L'OBA exhale la « Gemütlichkeit »¹⁰² si chère à Oldenburg. Le confort offert par de multiples fauteuils et chaises de formes diverses, invite l'utilisateur à séjourner de longs moments en ses murs [illustration 11A, 11B, 11C, 11D]. Les épaisses moquettes de Rotterdam procurent aussi une impression de confort [illustrations 12A, 12B, 48C]. A la DOK, d'imposants fauteuils assortis de tables convient également les usagers à prolonger leur lecture [illustration 13] en sirotant une boisson. Une attention particulière est portée aux sièges de toutes natures dans ces bibliothèques. Celle de Rotterdam se singularise d'ailleurs par une collection impressionnante de canapés et fauteuils [illustration 14A, 14B, 14C, 14D], dont certains sont des pièces uniques. Des objets d'art prêtés par l'artothèque partageant les murs de la bibliothèque d'Amstelveen, personnalisent quelques jours durant ses espaces. [illustration 15A, 15B, 15C, 15D] Une préoccupation commune caractérise tous ces établissements : l'utilisateur doit se sentir le bienvenu, « comme à la maison ». La bibliothèque d'Amstelveen recourt même à des « univers d'habitat » [illustration 16] dont un décor présente de larges canapés blancs regroupés autour d'un feu de cheminée électrique. Un autre décor du grand plateau décloisonné d'Amstelveen permet aux usagers de prendre place dans des fauteuils munis de repose-pieds. [illustration 17] A Heerhugowaard, les usagers peuvent s'allonger dans des chaises longues. [illustration 18] Les enfants disposent quant à eux de couettes de lecture et d'une immense surface bleue

¹⁰⁰ Entretien avec Raoul de Haan, membre de l'équipe de direction de la bibliothèque d'Heerhugowaard.

¹⁰¹ Korver, Steve. *Amsterdam 2009*. – London : TimeOut Shortlist, 2008, p. 115.

¹⁰² Pour Oldenburg, aucun terme hormis celui-ci ne renvoie aussi efficacement à un environnement humain chaleureux et douillet à la fois.

molletonnée évoquant un canapé géant.[illustration 19]. Ces dispositifs invalident la dichotomie auparavant consommée entre espace privé et public. La bibliothèque transpose les codes du familier en ses murs, les subliment même et ses espaces se transforment alors en « living rooms » distillant plus de chaleur et de confort que ne le ferait un habitat classique. En introduisant de l'intimité, la bibliothèque nourrit la sensation du chez-soi en dehors du cadre du foyer. Pour Magali Paris et Anna Wiczorek¹⁰³, « *l'intimité engage* » des « *formes de sensorialité* ». En développant un « *sentiment d'attachement au lieu* », l'individu se l'approprie et « *s'enracine* »¹⁰⁴ dans celui-ci. A Rotterdam, les usagers investissent ainsi les étagères en s'asseyant sur les larges rebords formant leurs bases et discutent tout en regardant des livres. Les attitudes détendues¹⁰⁵ que l'on observe chez les usagers pourraient sembler déplacées dans les bibliothèques traditionnelles, mais la forme de certains éléments de mobilier elle-même incite à des postures nonchalantes. Les poufs blancs de l'OBA, équipés d'ordinateur pour écouter ou télécharger de la musique ne laissent pratiquement qu'une seule alternative : s'asseoir en tailleur. Les usagers s'y prêtent volontiers [illustration 20A, 20B] et s'approprient ainsi l'espace par le biais de postures familières¹⁰⁶, légitimées par le mobilier de la bibliothèque. Des portemanteaux à l'OBA [illustration 49B] et à la DOK poussent l'utilisateur à observer les mêmes rituels que chez lui. A l'inverse d'Amsterdam où il s'agit davantage d'un élément de décor, de nombreux usagers se délestent de leurs manteaux à la DOK, où règne une atmosphère presque familiale. Certains vont jusqu'à se déchausser. D'autres jouent du piano¹⁰⁷, créant une ambiance musicale de fond propre à une atmosphère d'intérieur. De nombreuses peluches et jouets rythment l'espace [illustrations 21A, 21B, 8D] et créent autant de repères familiers pour les enfants qui s'en emparent et y jouent comme chez eux. En quelque sorte, les usagers habitent le lieu en quelque sorte. Pour le géographe Yi-Fu Tuan, habiter équivaut à devenir familier avec l'espace et selon Heidegger, l'acte d'habiter réside en une façon d'être au monde en agissant sur lui. Les individus mettent ainsi en œuvre différentes stratégies « multi-sensorielles » afin d'élaborer des strates de familiarité avec le lieu¹⁰⁸. Bénéficier d'un cadre confortable et sécurisant, s'installer à son aise, pouvoir discuter, prendre un thé, se détendre ou jouer relèvent de pratiques contribuant à donner à l'utilisateur l'impression qu'il est à la maison. Pour l'équipe de la DOK, la bibliothèque ne se veut plus un lieu officiel : elle est bel et bien la maison des usagers et leur appartient comme un prolongement de leur habitation. On pourrait redouter les débordements ou les dégradations, mais Erik Boekstijn affirme que les usagers n'en sont que plus respectueux du lieu. Un lien de confiance s'est instauré entre le public, la bibliothèque et son personnel.

Ces bibliothèques développent en fait le concept d'Oldenburg qui préconise un cadre simple et accueillant. Les atmosphères trop sophistiquées sont pour lui le propre de lieux marchands qui veulent pousser l'individu à consommer sans favoriser son séjour prolongé. Or la bibliothèque évite cet écueil. Si elle recourt à de multiples dispositifs

¹⁰³ Chercheuses, membres du CRESSON, centre de recherche sur l'espace sonore et l'environnement urbain.

¹⁰⁴ Paris, Magali, Wiczorek, Anna. *Faire des manières au sein des espaces extérieurs de l'habitat individuel dense*. Colloque « Faire une ambiance », 10-12 octobre 2008.

¹⁰⁵ Sur le « fauteuil-tapis » de la bibliothèque de Rotterdam, trois jeunes femmes révisaient des cours lors de notre visite tout en discutant. L'une d'elle est assise en tailleur, l'autre a tiré ses genoux vers elle, ses bottes reposant sur le fauteuil. [illustration 14D]

¹⁰⁶ Le guide Time Out Amsterdam suggère à ses lecteurs de visiter la bibliothèque où ils observeront peut-être des usagers en train de faire la sieste dans leurs chauffeuses. / Korver, Steve. *Amsterdam 2009*. – London :TimeOut Shortlist, 2008, p. 115.

¹⁰⁷ A l'OBA, de nombreux usagers jouent également du piano mis à leur disposition dans le hall d'accueil. [illustrations 20C, 20D]

¹⁰⁸ Paris, Magali, Wiczorek, Anna. *The experiences of gardens and gardening at the housing surroundings*. In: Kirstin Miller, Richard Register (Eds.), *Ecocity World Summit 2008, academic and talent scouting sessions*, Berkeley academy, 22-23 avril 2008.

pour attirer l'utilisateur, c'est pour le retenir en ses murs et ce à des fins non-commerciales. Ces bibliothèques hollandaises proposent plus qu'un cadre agréable, elles offrent une forme de luxe. Accessible à tous, pour tous ceux qui ne pourraient jamais se l'offrir. Chaque bibliothèque présente en effet un design soigné et unique, où le luxe (fauteuil de lecture très confortable), le bizarre (fauteuil en forme de livre) et l'high-tech (fauteuil-œuf d'Amsterdam)¹⁰⁹, voire l'humour cohabitent. L'espace recouvert de moquette zébrée avec vue sur un des ruisseaux de Delft [illustrations 22A, 22B] ou le paysage d'amples abat-jour illuminés de Rotterdam [illustrations 23A, 23B], procurent à l'utilisateur le temps d'un séjour à la bibliothèque un peu de faste. L'OBA quant à elle déploie tout un éventail de subtiles trouvailles : fauteuils rouges profonds aux formes généreuses [illustration 11A], voilages [illustration 24A] ou luminaires aux formes végétales [illustrations 25A, 25B] qui offrent aux usagers des visions presque « paradisiaques » pour reprendre un terme cher à la vision hollandaise de la bibliothèque.

2.1.2. Le zoning : une partition équilibrée de l'espace

Ces bibliothèques s'adressent à l'ensemble des individus et calquent leurs configurations sur leurs différents besoins. Elles correspondent à la vision métaphorique de la bibliothèque comme jardin élaborée efficacement par Michel Melot : « *L'architecte des bibliothèques est un architecte de jardin : il doit ménager de vastes perspectives, des coins bocagers, des allées et des sentiers, des grottes et des terrasses, du soleil et de l'ombre. Après avoir construit des bibliothèques comme des maisons de livres, il serait bon de penser la bibliothèque comme la 'maison des hommes'* »¹¹⁰. Ce concept s'appelle le zoning. Il renvoie à un agencement de l'espace selon les pratiques (lecture, étude, musique, jeux vidéo, etc.) et les ambiances : espaces silencieux, aires d'apprentissage informel où les bruits de fond (éventuellement les musiques, les conversations au téléphone et avec d'autres usagers) sont tolérés, lieux de sociabilité comprenant souvent un café et zones de détente davantage dédiées aux pratiques récréationnelles rythment ces nouvelles bibliothèques.

L'OBA comporte ainsi de multiples découpages spatiaux. Si le dialogue est autorisé dans la majeure partie de ses locaux, certains espaces sont entièrement dévolus à la lecture et au travail silencieux. Ces espaces sont tout aussi accueillants que les autres et contribuent au bien-être de l'utilisateur, indépendamment de son occupation. L'espace de « silence absolu » est même l'un des plus réussis [illustrations 24A, 24B]. Il s'en dégage une impression de sérénité, voire de légèreté, grâce aux longs voilages aériens tombant du plafond. Les usagers peuvent s'enfoncer dans de larges fauteuils blancs munis d'accoudoirs et de repose-têtes confortables propices à l'exercice de la lecture. La bibliothèque comprend un autre espace d'étude où la conversation à voix très basse est tolérée. Carrels [illustration 26], caissons munis d'ordinateurs [illustration 27], tablées plus classiques ou longues enfilades de tables, où se côtoient les usagers [illustrations 28A, 28B], s'y succèdent. Il revient aux usagers de choisir l'espace qui leur convient le mieux, pour une activité que chacun vit différemment. L'OBA dispose même de cabines de travail ou de lecture au décor futuriste. [illustrations 29A, 29B, 29C]. Très prisées, ces cabines ne constituent pas seulement des gadgets mais reflètent le soin apporté à l'environnement et la dimension humoristique de l'environnement, tout en respectant le besoin d'isolement de l'utilisateur, nécessaire à sa concentration. Comme elles neutralisent l'austérité parfois associée au travail, un effet de décalage se produit. Le travail peut

¹⁰⁹ Jacquet-Triboulet, Amandine, Bonnet, Vincent. *Les bibliothèques publiques aux Pays-Bas*. BBF, 2008, t. 53, n° 1, p. 57-63

¹¹⁰ citée par Anne-Marie-Bertrand dans « Le génie du lieu » in : Bertrand, Anne-Marie, *Ouvrages et volumes : architecture et bibliothèque*. – Paris : Ed. du Cercle de la Librairie, 1997, p. 184.

revêtir par le truchement fantaisiste de la cabine une connotation ludique. D'autres zones plus informelles se prêtent à une multitude d'activité : recherche sur Internet, lecture, écoute de musique. [illustrations 30A, 30B, 30C, 30D, 30E] La bibliothèque de Rotterdam adopte le même procédé en optant toutefois pour un partition de l'espace plus simple. Une conversation à voix modérée est autorisée au sein de ses différents espaces sauf au dernier étage, entièrement réservé au silence et à l'étude. Une zone particulière est dédiée aux jeux (échecs et jeux vidéo), signalée par des décors en damier. [illustration 31] L'OBA souhaite installer prochainement une aire destinée aux jeux vidéo. Située au rez-de-chaussée, l'espace musique de Rotterdam, fonctionne presque comme un organe indépendant et permet une exploitation sonore du lieu constante. L'espace musique et vidéo de l'OBA, réparti sur une moitié d'étage, fait preuve d'une configuration particulièrement inventive. Les fameux fauteuils-œufs permettent une écoute ou une lecture solitaire tout en ayant la possibilité de profiter de la présence des autres usagers dans un espace ouvert [illustrations 32A, 32B]. A l'inverse, des rotondes dont les parois extérieures supportent des cds ou des dvds renferment en leur sein des espaces plus intimistes - encore en cours de conception - où de petits groupes d'usagers seront invités à terme à des formes d'écoute ou de visionnage collectif. [illustrations 33A, 33B, 33C].

Les usagers peuvent investir les espaces à leur guise. Jo Conen, architecte de l'OBA, affirme que les différentes façons d'être au monde nécessitent des espaces et des usages différents¹¹¹. La mosaïque environnementale leur permet d'expérimenter des formes de « vivre-ensemble » variées, adoptant la distance ou la proximité qui leur convient avec les autres membres de la communauté. Pour Magali Paris et Anna Wieczorek , l'intimité suscitée par un lieu implique des « *négociations de voisinage à travers la dialectique familiarité-étrangeté* ». Certains usagers aiment en effet s'installer dans des espaces privilégiant le contact, au café [illustrations 34A, 34B, 34C] ou à l'occasion du partage d'un moment spécifique dans des salles réservés à cet usage. La rotonde du café philosophique à l'OBA sert ainsi de lieu de débat, de concert ou de spectacle où les usagers peuvent se voir ou communiquer tout en rencontrant les intervenants principaux. [illustrations 35A, 35B, 35C]. La salle de spectacles de l'OBA peut accueillir également jusqu'à 250 spectateurs. La bibliothèque de Rotterdam, outre un théâtre accolé à son flanc, comporte un espace réservé à la programmation culturelle [illustration 36]. Dans ces nouvelles bibliothèques, les formes de cohabitation sont panachées. La DOK ménage ainsi de nombreuses possibilités de voisinage avec les autres: elle compte un vaste plateau de lecture décloisonné [illustration 37], une table collective [illustration 38], elle offre une vision panoramique de l'espace de l'estrade, autorise le retrait dans l'ambiance plus feutrée de salles de moindre taille [illustrations 39A, 39B] ou en bordure de fenêtre [illustrations 40, 22A, 22B], elle invite à la pratique isolée dans l'un des nombreux trous [illustration 41] en arc de cercle de la table gruyère courant sur une grande partie de l'espace multimédia. Dans ce dernier cas, l'utilisateur bénéficie de la compagnie des autres tout en gardant une certaine distance. Des recoins avec fauteuils [illustrations 42A, 42B, 42C] ou coussins [illustration 43] permettent de s'isoler plus efficacement. L'OBA comporte également de nombreuses niches, où l'utilisateur peut se retirer et éviter tout contact avec les autres [illustration 11D]. Au sein de ces espaces, l'individu peut encore opter pour une « solitude » relative en se tournant vers l'intérieur de la bibliothèque ou une « solitude » plus marquée en plongeant son regard vers l'extérieur, tout en restant cependant en contact avec la ville sur laquelle il a une vue plongeante. [illustrations 44, 45] A l'OBA, ces alcôves privilégiant le recueillement bordent de larges salles où l'interaction et les pratiques communautaires sont plus

¹¹¹ Tomesen, Su : *Ode to the OBA*. - SU ME PROD, 2007. [film / projection à l'OBA du 8 novembre 2008]

fréquentes sans être inévitables. Nombre d'utilisateurs, par leur attitude (tête baissée, port d'un casque, piles de livres, etc.) signalent leur volonté de repli sur soi tout en partageant un espace collectif. Une bibliothèque ouverte à la conversation n'est donc pas nécessairement un environnement chaotique, mais le théâtre de pratiques et d'ambiances multiples, où chacun peut se forger son environnement.

La configuration spatiale de ces bibliothèques n'est pas statique. Elles se distinguent par leur flexibilité. Ainsi la salle de lecture de la DOK se transforme-t-elle en parterre et l'estrade en scène lors de manifestations ou de spectacles. Le rez-de-chaussée spacieux de la bibliothèque d'Heerhugowaard [illustration 3A] se mue également en espace culturel quand la programmation de l'établissement l'exige. De nombreux rayonnages à travers la bibliothèque sont installés sur roulettes [illustrations 3D, 19] et permettent une reconfiguration de l'espace, notamment dans l'espace pour enfants. Un espace clos réservé au jeu [illustration 46A] peut alors se métamorphoser de façon ludique en vaste espace dédié à une activité collective. Les enfants aussi peuvent choisir leurs zones de sociabilité, ce que favorise la mobilité du mobilier. A la DOK, le même procédé d'étagères à roulettes [illustration 46B] permet de procéder à la redistribution de l'espace en fonction des situations. La bibliothèque n'est pas figée mais mouvante. La bibliothèque de Rotterdam se reconvertit même parfois en discothèque le temps d'une nuit...

2.1.3. Des ambiances stimulantes

Les bibliothèques aux multiples facettes spatiales s'approchent un peu comme un terrain de jeu. Oldenburg, citant Huitzinga, compare le troisième lieu à une aire de jeu, avec ses coins cachés privilégiés, isolés, entourés de bosquets, dans lesquels opèrent des règles spécifiques. Tous ces endroits constituent des mondes imaginaires au sein du monde réel, dédiés au déroulement d'une pièce de théâtre jouée en aparté¹¹². Les bibliothèques jouent également avec l'espace et les ambiances. Les niches de l'OBA avec vue plongeante sur la ville permettent de se laisser aller à la rêverie. Les cabines de travail isolées, semblables à de petites navettes spatiales, revêtent un aspect ludique. Les bibliothèques disséminent des éléments de décor dans leurs espaces qui leur confèrent une atmosphère particulière, propices au vagabondage de l'esprit. Pour Magali Paris et Anna Wiczorek, les ambiances naissent de l'interaction entre le lieu réel et la sensibilité de l'utilisateur, qui le transforme bien au-delà de sa spatialité objective¹¹³. L'OBA loge dans un de ces étages des décors « à l'ancienne » évocateurs, qui transportent l'utilisateur dans des mondes imaginaires. Pour Christian Mikunda¹¹⁴, les décors thématiques agissent comme des histoires prêtes à être investies¹¹⁵. Les vieux pupitres d'école [illustration 47] vont par exemple rappeler chez l'utilisateur des souvenirs précis liés à sa biographie scolaire ou encouragé des visions en lien avec une atmosphère de classe. Les auteurs de l'article « Exploiter des ambiances : dimensions et possibilités méthodologiques pour la recherche en architecture »¹¹⁶ documentent très bien ce processus : « *Tout espace raconte une histoire et d'une certaine manière, les personnes trouvent dans les lieux les fragments dont elles ont besoin pour édifier leur propre*

¹¹² Oldenburg. Op. cit., 38.

¹¹³ Paris, Magali, Wiczorek, Anna. *Sensory experience of Home*. In : Janice M. Bissel (Ed.), *Building Sustainable Communities - EDRA 38*, May 30-June 3 2007, Sacramento: EDRA

¹¹⁴ consultant en communication viennois auprès de collectivités, musées, entreprises, centres commerciaux, etc. ; auteur de « Brand Lands, Hot Spots and cool Spaces. Welcome to the Third <<place and the Total Marketing experience »

¹¹⁵ Mikunda. op. cit., p. 28.

¹¹⁶ Duarte, Christiane Rose, Cohen, Regina et alii. *Exploiter les ambiances : Dimensions et possibilités méthodologiques pour la recherche en architecture*. Colloque « Faire une ambiance », 10-12 octobre 2008.

histoire individuelle et collective. La Mémoire enchaîne la relation entre le passé, le présent et le futur de chaque individu situé dans un lieu, délimitant les principes de reconnaissance du potentiel symbolique et appropriatif du cadre bâti. [...] La mémoire sensible est ainsi, celle qui permet l'émergence du lieu souhaité ou évoqué dans l'imagination par le biais d'associations sensibles et émotionnelles. Il ne s'agit pas de la mémoire classée dans les archives du passé [...] », mais de celle qui « se réveille face à une ambiance »¹¹⁷ Tout lieu provoque ces mécanismes associatifs, mais le pouvoir évocateur des objets décuple leur ampleur. Les vieilles tables en bois et leurs plateaux marqués par le temps [illustrations 48 A, 48B, 48C] vont nourrir chez l'utilisateur des identifications bien spécifiques. Ainsi, face aux bureaux aux larges aplats verts, garnis d'abat-jour jaunes [illustrations 49A, 49B], l'utilisateur peut s'identifier à un écrivain, un journaliste, un personnage de plume et va sublimer sa situation actuelle. Le décor sert de surface de projection des fantasmes. La série de fauteuils de la bibliothèque de Rotterdam avec leur liseré de bois doré [illustrations 14A, 14B] peuvent évoquer des trônes. S'y asseoir peut procurer le sentiment d'être privilégié. Les grands fauteuils violets de l'OBA [illustrations 50A, 50B], par leur disproportion, suscitent pour leur part un effet de surprise. Cet effet de décalage opère un peu à la manière des miroirs déformants. Il brouille le contact avec la réalité, altère sa perception, même si ce n'est que le laps d'un instant. Il est remarquable que le lieu bibliothèque, détenteur de supports de la création et de leurs multiples univers produits par l'esprit humain, accompagnent l'utilisateur dans un processus stimulant d'imagination. La bibliothèque fait même parfois travailler l'utilisateur sur ses propres représentations. L'échelle permettant d'accéder à de plus hauts rayonnages à Heerhugowaard, ne remplit pas vraiment de rôle pratique, mais doit contribuer à l'atmosphère, à « jouer avec l'ambiance bibliothèque », à « faire encore plus bibliothèque »¹¹⁸. Le lieu met ici en scène un de ses attributs associatifs « atemporels ». L'échelle renvoie aux librairies, à de vieilles bibliothèques renfermant d'anciens grimoires précieux sur des rayonnages inaccessibles. Ces éléments de décor peuvent constituer un ingrédient générateur de mystère, de fantaisie ou un gage d'authenticité en fonction du ressenti de chacun. L'utilisateur a pleinement conscience de la mystification, mais plébiscite pourtant ces décors. On note envie de jouer avec eux, de « s'inventer des histoires ». Ainsi à Amstelveen, les décors rencontrent un franc succès, et attirent les usagers bien plus que les autres éléments de mobilier plus traditionnel¹¹⁹. Prendre place dans le décor équivaut un peu à monter dans un manège et à se réinventer. Le décor de diner américain des années 50 [illustrations 51A, 51B, 51C, 51D] pousse d'ailleurs l'artifice jusqu'à un degré de perfection avancé. L'ajout d'un distributeur de Coca-Cola [illustration 52] en état de marche, au design de l'époque, parachève la sensation d'authenticité. Les usagers en raffolent¹²⁰.

La mise en scène participe aussi à la valorisation des collections, autour desquelles est générée à dessein une ambiance particulière. Elle alimente l'imagerie mentale évoquée par les contenus. A Rotterdam, l'espace dédié à la généalogie se pare d'anciennes photos et les abat-jour ont été « customisés » avec un habillage de tissu censé suggérer un autre temps, celui de nos aïeux [illustrations 53A, 53B]. Si les usagers peuvent opter pour une activité, ils peuvent aussi choisir les atmosphères pour les y accompagner. A la DOK, deux pièces dégagent des ambiances singulières. La bleue [illustration 39A] accueille des livres pour enfants. Son ambiance apaisante et calme se prête particulièrement à la lecture d'histoires, pratique très courante en cette pièce. Elle est investie très souvent

¹¹⁷ Ibid.

¹¹⁸ Entretien avec Raoul de Haan, membre de l'équipe de direction à la bibliothèque d'Heerhugowaard.

¹¹⁹ Entretien avec Z. Looije, chargée de l'accueil à Amstelveen.

¹²⁰ Ibid.

par des parents et leurs enfants qui s'approprient l'espace, y lisent, mangent, s'allongent même parfois sur la moquette pendant la lecture¹²¹. La pièce rouge consacrée à la collection de romance [illustration 39B] joue avec les codes associés à cette couleur ambiguë: elle symbolise à la fois les « *sentiments intenses, violents, de l'amour, de la haine, de la séduction* », mais aussi « *l'interdit, le péché, l'enfer, les prostituées* »¹²². Les boîtes à livres aux volutes et motifs argentés font fonction d'écrin scintillant, en lien avec le romantisme quelque peu « étincelant » émanant des livres de romance. Sur un mode similaire, la bibliothèque d'Heerhugowaard a organisé une grande partie de ses collections en « îlots thématiques » (romance, science-fiction, aventure, etc.) aux ambiances travaillées. La zone de la romance [illustration 18] est pourvue d'une moquette rose bonbon, en accord avec les romans à l'eau de rose qu'elle contient. Le mobilier confortable, qui comprend notamment une chaise longue, incite à la rêverie. Chaque étage de la bibliothèque de Rotterdam reprend également un code couleur, symbole des atmosphères associées aux collections¹²³. A l'OBA, les périodiques ne sont plus classés par ordre alphabétique, mais par « sphères/atmosphères » et les escaliers roulants doivent selon le mot du directeur mener l'utilisateur à chaque étage dans des mondes différents¹²⁴. Tout est mis en oeuvre pour exalter le moment de lecture, d'écoute, de recherche sur Internet ou de butinage. A Rotterdam, un juke-box à poèmes [illustration 54] permet d'explorer de façon ludique la poésie. A la DOK, des fauteuils oranges « Sonic Chair » enveloppants [illustration 55] procurent une expérience inédite de l'écoute de musique sans casque grâce un système acoustique très performant, produisant un son de très bonne qualité. D'autres sièges orange [illustration 56] au design recherché se prêtent à une recherche sur Internet sur un mode ludique. A la bibliothèque d'Amsterdam, les livres « scintillent » [illustrations 57A, 57B]. Ce procédé, emprunté à la bibliothèque de Malmö, fait d'une promenade à travers les rayons un événement plus particulier : les coloris des ouvrages ressortent et sont mis en valeur. La bibliothèque se veut donc domaine d'exploration et de découverte. L'espace pour enfants de l'OBA se décline ainsi en un immense « terrain d'aventure » parsemé de rotondes et peuplées [illustrations 58A, 58B, 58C, 58D] d'animaux en peluche géants [illustrations 59A, 59B, 59C], créant un environnement de zones ouvertes et fermées. L'intérieur de ces habitacles évoquent des cabanes [illustration 60], des lieux protégés où l'enfant peut jouer, laisser libre cours à son imagination, mais aussi lire sur de confortables fauteuils [illustrations 61A, 61B, 61C] de toutes sortes. Un escalier à colimaçon invite les enfants à regagner une plate-forme jonchée de coussins prêtant là aussi à la lecture ou au jeu [illustrations 62A, 62B].

2.2. UNE DIMENSION SOCIALE AFFIRMÉE

Le contexte chaleureux, accueillant, ludique offert par ces bibliothèques s'accorde avec leur vocation sociale. Mais si cette dimension est essentielle, elle n'est pas pour autant simple à illustrer car nombre de ses caractéristiques ne s'appréhendent pas matériellement. Nous tenterons tout de même de montrer en quoi ces bibliothèques sont marquées par des ancrages communautaires au sein de la ville et constituent des espaces de vie collectifs propices au bien-être.

¹²¹ Entretien avec Erik Boekejstein, responsable marketing et communication à la DOK.

¹²² Mollard Desfourd, Annie : Le dictionnaire des mots et expression de couleur du Xxe siècle. Mai 2000 CNRS éditions.

¹²³ Entretien avec Cora Mulder, bibliothécaire à Rotterdam.

¹²⁴ Tomesen, Su. op. cit.

2.2.1. La bibliothèque, lieu de rencontre

Dans son discours, Andy Burnham envisageait la bibliothèque comme un espace Facebook en trois dimensions, une implantation physique du site Internet de réseau social en ligne, une transition de MySpace à OurSpace¹²⁵. Les nouvelles bibliothèques veulent être des lieux d'accueil de l'ensemble de la collectivité, des lieux de rencontre et d'interaction, qui restaurent l'identité communautaire et rétablissent la notion de « nous ». Robert Putnam, dans un article intitulé « Bowling Together », paru deux ans après la publication de son ouvrage « Bowling Alone » en 2002, explique qu'avec la distension des liens entre voisins, amis, membres d'une même famille et le désinvestissement dans les affaires publiques, le sens du « nous » s'est flétri depuis plusieurs décennies aux Etats-Unis. Les attaques terroristes du 11 septembre 2001 ont reconnecté les Américains avec une sensibilité collective et les ont familiarisé à nouveau avec l'importance de la cause publique. Il évoque cependant la nécessité de formes associatives ou d'institutions pouvant canaliser cet élan, au risque sinon de le voir s'étioler¹²⁶. Les lieux autrefois catalyseurs de capital social tendent à disparaître. Or, les bibliothèques peuvent faire partie aujourd'hui des institutions permettant de raviver le déficit de relations sociales. Les bibliothèques hollandaises retenues dans notre étude intègrent et revendiquent cette mission. Comme nous l'avons vu précédemment, elles rendent possibles des formes de vivre-ensemble multiples, offrent la possibilité de côtoyer les autres tout en trouvant avec eux la juste distance en fonction des circonstances et des humeurs. L'immense hall de la bibliothèque de Rotterdam [illustrations 63A, 63B] s'apparente ainsi à une forme de place publique, où les citoyens de la ville se mélangent. Endroit animé, il se situe à la croisée des chemins pour se rendre à la discothèque, aux étages supérieurs de la bibliothèque, au café ou au théâtre attenants, à une antenne de billetterie ou au guichet de renseignement et aux toilettes. Il accueille également un grand jeu d'échec [illustrations 64A, 64B] très populaire, qui réunit tous les jours des assemblées de badauds. Le hall grouille de vie et fonctionne en fait comme une piazza couverte où il y a toujours quelque chose à faire et à voir, que ce soit une fête pour célébrer la semaine du livre pour enfants ou un tournoi d'échec organisé par la bibliothèque¹²⁷. L'OBA, à proximité de la gare centrale d'Amsterdam attire les populations les plus diverses, y compris des touristes ou des résidents hollandais en attente d'un train. C'est un lieu bourdonnant de vie, même le dimanche, jour d'affluence maximale¹²⁸. Ce premier niveau de rencontre informelle nourrit déjà un sentiment d'appartenance, de partage de la citoyenneté. Mais la vie au sein des bibliothèques peut encore renforcer davantage la nature des contacts entre membres de la communauté. Les établissements de plus petite taille favorisent le développement d'échanges plus personnels. A la DOK, de nombreuses familles se retrouvent près de l'espace enfants avant ou après leurs courses, pour discuter pendant que les enfants lisent ou jouent¹²⁹ [illustrations 65A, 65B]. Des liens se nouent. La petite arène des enfants constitue un autre lieu de rencontres entre enfants, parents et bibliothécaires [illustration 66]. La bibliothèque d'Amstelveen fonctionne elle aussi comme une bibliothèque d'habitues¹³⁰. Nombre de personnes y passent très régulièrement avant ou après leurs courses dans l'immense centre commercial voisin. A Heerhugowaard, les familles se retrouvent de façon similaire souvent dans l'espace pour enfants. Celui-ci

¹²⁵ Discours d'Andy Burnham. op. cit.

¹²⁶ Putnam, Robert. *Bowling Together, The United State of America*. The American Prospect, 11 février 2002.

¹²⁷ Ineke, Schwartz. *A place of discovery : The public library of Rotterdam*. Ohio Libraries, Spring 2001.

¹²⁸ Entretien avec Riet Lamers.

¹²⁹ Entretien avec Erik Boeksteijn.

¹³⁰ Entretien avec Z. Looije.

contribue à la consolidation de la « sociabilité interne », propre à la famille, tout comme à la DOK, à Rotterdam, ou à l'OBA où de nombreux parents jouent avec leurs enfants ou leur lisent des histoires [illustrations 67A, 67B]. Le confort de ces espaces et leurs multiples accessoires (jouets, peluches, petits théâtres ou même coffre de déguisement à la DOK [illustration 68]) en font des territoires de jeu et de sociabilité privilégiés. Raoul de Haan explique que l'espace du dernier étage à Heerhugowaard [illustration 19] est très souvent investi par des enfants accompagnés de leurs parents. Ils y passent de longues heures à se détendre, écouter de la musique, lire ou jouer. Des liens avec d'autres familles ou entre enfants s'y tissent. Le lieu participe donc aussi de leur « sociabilisation externe ». Le niveau de confiance est tel, que les mères laissent souvent leurs enfants à la bibliothèque et repassent les chercher après avoir fait leurs courses au centre commercial voisin. La bibliothèque d'Heerhugowaard a su générer un véritable climat d'échange entre personnel et usagers. Les usagers venant seuls se sentent donc les bienvenus et certains ont même développé un rapport privilégié avec les bibliothécaires. Le prêt se faisant de façon automatique, ils ne sont plus cantonnés derrière leurs comptoirs et circulent souvent entre les rayonnages. Les usagers sont plus en confiance et discutent plus aisément avec eux des collections ou des manifestations. Le mode d'échange n'est ni superficiel, ni trop profond d'après Raoul de Haan. Avec le temps, les bibliothécaires ont gagné l'assurance de certains usagers qui viennent alors plus souvent à la bibliothèque. Quelques-uns sont devenus de véritables « habitués » et engagent très naturellement la conversation avec les bibliothécaires. Les îlots thématiques ont par ailleurs concouru à regrouper les usagers par centres d'intérêt. Certains échangent ainsi avec d'autres usagers qui occupent le même espace et se recommandent des livres ou des films. Cette pratique est devenue assez courante et les bibliothécaires s'y greffent parfois. Chacun prodigue des conseils, donne son avis. Selon Raoul de Haan, ces espaces facilitent parfois la création de lien, mieux que ne parviendraient à le faire les bibliothécaires. Le confort environnant pousse les usagers à prolonger les échanges, dans les fauteuils ou dans les chaises longues, [illustration 18] largement plébiscitées par le public.

La bibliothèque d'Amstelveen s'apparente à une bibliothèque de proximité, où les usagers viennent se détendre, ont le droit de converser à voix basse, de boire une boisson gazeuse en lisant ou un thé qu'ils se seront préparés eux-mêmes dans l'espace réservé à cet effet. [illustrations 69A, 69B] L'évolution des usages (parler, boire, manger, téléphoner, etc.) fait de ces établissements des lieux animés, procurent à l'utilisateur l'impression d'être vivant et dépoussièrent l'image de la bibliothèque en tant que lieu culturel assez froid ou inerte. Selon Raoul de Haan, la bibliothèque d'Heerhugowaard ne fonctionne définitivement pas comme une bibliothèque silencieuse. L'usage de la nourriture ou des boissons est autorisé partout sauf devant les ordinateurs. Les ateliers fréquemment organisés dans le hall sont toujours un peu bruyants. C'est alors aux usagers d'opter pour des recoins plus calmes s'ils veulent se soustraire à l'animation ambiante. Ce renouvellement des pratiques autorisées, qui assimile ces bibliothèques aux troisièmes lieux, est parfois accueilli avec inquiétude par la profession ou l'opinion publique. Nous avons décrit l'ampleur prise par le débat anglais à ce propos. Si certains usagers se plaignent du changement, les bibliothèques hollandaises ont su néanmoins ménager intelligemment des zones à usages et ambiances multiples, comme nous l'avons vu. En outre, Erik Boekstijn de la DOK souligne à juste titre que les usagers peuvent tout aussi bien faire des tâches, renverser un café ou laisser des miettes dans les livres en prenant leur petit déjeuner au lit avec le livre emprunté. Si la pièce bleue de la DOK recueille les suffrages du public, c'est aussi parce qu'il est autorisé d'y parler, d'y manger ou même de s'y allonger. L'introduction de cafés a

largement encouragé la diffusion de ces nouveaux usages. Pour Marian Koren, les cafés constituent même un ingrédient indispensable de toute bibliothèque moderne¹³¹. Le café assouplit l'image de la bibliothèque, dynamise son ambiance et agit comme moteur de la cohésion sociale. Il alimente le temps social de la bibliothèque et pour certains usagers incite à la lecture. De nombreuses chaînes de café à l'instar de Starbucks insèrent inversement à présent des livres dans leurs établissements. L'odeur du café, la détente et la lecture semblent bien se marier. Pour l'historien britannique Alistair Black, ces bibliothèques d'un nouveau genre sont des troisièmes lieux en harmonie à la fois avec la culture du café et avec la culture humaniste¹³². Ainsi, certains usagers de l'OBA privilégient le petit café du premier étage pour lire, tout en profitant de l'atmosphère ambiante. [illustrations 34A, 34B, 34C]. Lire dans ce cadre n'est plus une pratique associée à l'isolement, mais un moment d'échange. A la DOK, le café « Coffee star » [illustrations 70A, 70B] fait partie intégrante de l'offre et ses produits alléchants et en grande partie « bios » sont présentés dès l'entrée sur une ardoise [illustration 71]. Les usagers se retrouvent autour des tables hautes pour discuter, prennent leur café sur l'estrade [illustration 72] qui présente plus de commodité avec ses larges fauteuils et ses tables basses, ou encore lisent le journal ou un livre sur les autres tables tout en dégustant leurs gâteaux. Pour certains usagers, les cafés constituent la motivation principale pour venir à la bibliothèque. Le café-restaurant de l'OBA [illustrations 73A, 73B, 73C] constitue ainsi une véritable destination à part entière. Il se situe au septième étage de la bibliothèque et on y bénéficie d'une vue panoramique sur la ville. Par beau temps, on peut même s'installer sur la terrasse. [illustrations 74A, 74B] Avec ses prix modiques, ses produits frais et sains, ses plats appétissants, il attire nombre d'usagers. C'est un vrai lieu de rencontres et de conversation.

2.2.2. Le rôle politique de la bibliothèque

Ces bibliothèques représentent pour leurs usagers des lieux de bien-être et de réunion. Pour Riet Lamers, l'OBA fait fonction de « maison accueillante où les gens se sentent bien et permet à certains de ne pas commettre de choses regrettables »¹³³. La bibliothèque remplit un rôle thérapeutique, elle constitue un des derniers lieux de socialisation réelle pour certains usagers, un ultime point de contact avec les autres. La cohabitation dans un même lieu avec d'autres membres de la collectivité nourrit la construction d'un sentiment communautaire et identitaire. Ces lieux implantés à des endroits de passage donnent à voir la ville et affirment leur parenté avec elle. De larges baies vitrées permettent d'embrasser la ville du regard à l'OBA [illustration 75] ou d'admirer les canaux si typiques de Delft à la DOK. Ils ambitionnent de devenir les maisons publiques de la ville, une forme de maison gigogne aux multiples visées sociales et politiques : maison du futur, maison de la municipalité, maison de la connaissance, maison de l'éducation, maison de la culture, maison de l'intégration, maison des familles et des générations, maison de la participation, maison du service, pour reprendre la typologie établie par l'association des bibliothèques du Baden-Württemberg en Allemagne,¹³⁴ mais qui pourrait tout aussi bien être appliquée au cas de nos bibliothèques hollandaises.

¹³¹ Koren, Marian. *Creating Public Libraries in Europe. Approaches in Library Architecture*, Texte d'une conférence donnée par Marian Koren, en Juin 2008 à Athènes

¹³² Black, Alistair. op. cit., p. 25.

¹³³ Entretien avec Riet Lamers.

¹³⁴ Vodosek, Peter. op. cit., p. 114.

La bibliothèque d'Amstelveen agit comme point de repère dans le quartier, fait partie intégrante de son identité. Ce secteur, situé au sud d'Amsterdam, est moderne et beaucoup de ressortissants de la communauté européenne s'y installent. L'inscription à la bibliothèque fait partie des premiers conseils prodigués aux nouveaux arrivants¹³⁵. Elle est considérée comme nécessaire pour s'intégrer dans le quartier. C'est l'endroit où se déroule la vie de la communauté¹³⁶. L'OBA a acquis rapidement un statut identitaire représentatif de la ville d'Amsterdam et figure dans les guides touristiques¹³⁷ au même titre que d'autres monuments emblématiques de la ville. Les usagers la plébiscitent, elle matérialise la culture de leur pays de leur ville et son excellente image rend les usagers fiers de leur bibliothèque. La bibliothèque d'Heerhugowaard partage les mêmes locaux que la mairie [illustration 3] et leur identité est indissociable. Les va-et-vient sont d'ailleurs permanents entre les deux institutions. La DOK aime à rappeler que sa meilleure collection est constituée par les gens, par ses usagers et les habitants de Delft. Incontournables dans la ville, elle a su fédérer une grande partie de sa population autour de ses activités et a créé de véritables événements de dimension communautaire. A titre d'illustration, la DOK Street, grande fête collective à destination des 17-18 ans est devenu en très peu de temps un des événements culturels majeurs de la ville. Elle opère à la façon des festivités publiques évoquées par Oldenburg : elle unifie les gens, les intègre à la communauté et à l'espace dans laquelle elles se déroulent, et les rend fier de leur appartenance¹³⁸. La DOK organise également chaque été un « summer camp ». Des ateliers (danse, théâtre, chant, rédaction d'articles,...) et des lectures sont organisés avec une centaine d'enfants, des animateurs et différents intervenants. Tous les jours paraissent des articles dans le journal local : comptes rendus d'activités, critiques de livres, etc. La bibliothèque d'Heerhugowaard travaille également en étroite collaboration avec la presse locale et fait paraître des articles sur les activités de la bibliothèque ou des contributions d'usagers.

Toutes ces bibliothèques travaillent en partenariat avec les réseaux associatifs de leurs villes et ces collaborations étroites en font des porte-drapeaux de la collectivité. Dès leur plus jeune âge, les enfants peuvent se rendre à la DOK et y pratiquer une grande variété d'activités (heure du conte, théâtre, jeux, dessin, etc.). De nombreux centres aérés y envoient des groupes d'enfants. La DOK travaille en partenariat avec des écoles et elle ne parvient plus à satisfaire la demande, en augmentation constante¹³⁹. L'OBA travaille avec les écoles et de nombreuses associations, auxquelles elle loue des salles à prix modique et leur réservent des espaces pour qu'elles y présentent des expositions [illustrations 76A, 76B, 76C]. La communauté est donc représentée à la bibliothèque, qui accompagne ses usagers dans la recherche d'emploi, propose des services d'autoformation, prodigue des conseils en matière de santé. Chaque bibliothèque hollandaise dispose de méthodes de langues, de programmes d'apprentissage du Néerlandais à destination des populations étrangères. Des cours sont également proposés. A la DOK, des lectures sont dispensées en Anglais, en Espagnol ou en Turc. La bibliothèque participe de surcroît à l'émancipation des femmes. C'est d'ailleurs le seul endroit où les femmes turques issues de familles traditionalistes ont la possibilité de se rendre¹⁴⁰. La bibliothèque constitue alors pour elles le seul lien public avec la société dans laquelle elles vivent. En tant que terrain neutre, délesté de connotations trop marquées, elle met en contact des usagers d'origines diverses et issus de milieux sociaux

¹³⁵ Entretien avec Z. Looije.

¹³⁶ *ibid.*

¹³⁷ Korver, Steve. *op. cit.*, p. 115

¹³⁸ Oldenburg. *op. cit.*, p. 81.

¹³⁹ Des mois d'attente sont à prévoir.

¹⁴⁰ Entretien avec Catherine Barnier, conservatrice en charge des Relations Internationales à l'Enssib.

variés. Elle sert de lieu de transition pour les populations d'origine étrangère entre le pays d'où ils viennent et leur pays d'accueil. Plus largement, la bibliothèque opère comme relais de valeurs démocratiques et permet l'assimilation de règles de vie sociale. Eppo Van Nispen tot Sevenaer souligne que si aucun règlement officiel n'existe à la DOK, les usagers obéissent tacitement à des règles qui leur permettent de cohabiter paisiblement dans le même espace. La bibliothèque joue un rôle politique, comme l'évoque la racine grecque de ce nom : elle participe à l'organisation de la cité. Un programme culturel fourni, propice à la discussion et à la confrontation d'idées sur la scène publique est proposé aux usagers. En ce sens, la bibliothèque renvoie à la conception de l'espace public selon Habermas. Elle rappelle les salons littéraires où le public exerce sa raison critique, confronte sa pensée à d'autres, formule ses opinions librement, sans assujettissement idéologique. Ces échanges sont pleinement démocratiques et contribuent au développement personnel de l'individu ainsi qu'à son insertion dans la société. Même si Habermas émet de nombreuses réserves sur l'existence d'un véritable espace public à notre époque¹⁴¹, on peut reprendre l'esprit de sa théorie, comme le fait François de Singly dans son article « La bibliothèque au service du 'public' » pour l'appliquer à la bibliothèque. D'après lui, la bibliothèque peut contribuer à sortir le livre d'une pratique intime et le mettre au centre d'une pratique communautaire de débat. L'auteur souligne pourtant que seule une minorité d'usagers semble intéressée par les débats, et dans l'acception d'Habermas cela correspond certainement encore à une proportion infiniment plus petite.¹⁴² Néanmoins, les nouvelles bibliothèques hollandaises apparaissent comme des espaces capables de susciter l'échange public, même si cela se produit à un niveau plus prosaïque et moins idéaliste que dans l'espace public dépeint par Habermas. Elles se comportent un peu comme les « *librairies où l'on mange et où l'on boit* » évoquées par François de Singly, dont le but réside en une « *forme de sociabilité culturelle* ». Elles ne se comprennent de toute façon pas comme des lieux ouverts à une seule élite intellectuelle mais ont pour objectif la mobilisation du plus grand nombre. Elles agissent comme des troisièmes lieux « didactiques » fédérant un grand nombre d'usagers autour de projets culturels et de rencontres. La bibliothèque d'Amstelveen compte une programmation très riche pour 2008-2009 dont des lectures d'auteurs, des discussions sur la littérature, des conférences politiques (« Obama ou McKain », « Les valeurs antiques ne sont pas encore passées de mode »,...), géopolitiques (« Gros plan sur la chine ») ou philosophiques (« la philosophie de Schopenhauer à Nietzsche », « Pourquoi ? »¹⁴³). La DOK, quant à elle, ne présente pas moins d'une trentaine de débats, conférences ou ateliers ayant trait à la politique, à la santé, au travail, à l'éducation ou au Delft historique dans sa programmation de septembre à la mi-décembre 2008.¹⁴⁴

¹⁴¹ Pour Habermas, l'espace public se devait de critiquer le pouvoir politique librement, il était le privilège d'une sphère publique bourgeoise, force d'opposition au pouvoir et à l'autorité dirigeante. Mais l'Etat bureaucratique et des groupes d'influence ont annihilé cette force critique. Selon Habermas, il n'y a plus aujourd'hui de véritable espace public, car l'opinion publique est aujourd'hui manipulée.

¹⁴² Singly (de), François. "L'espace public", in Blanc-Montmayeur, Cabannes Viviane et alii : *L musée et la bibliothèque, vrais parents ou faux amis?* - Paris : Bpi / Centre Georges Pompidou, 1997, pp. 121-123.

¹⁴³ conférence-débat donnée par le philosophe hollandais Bas Haring qui invite le public à réfléchir avec lui sur une série d'interrogations débutant par « pourquoi »

¹⁴⁴ Brochure « Informatieve activiteiten najaar 2008 ».

2.3. UN NOUVEL APPOINT CULTUREL

Les bibliothèques troisième lieu bouleversent le rapport à la culture. Elles élargissent considérablement leur offre et ne s'inscrivent plus dans une démarche légitimiste. Nous prendrons également en considération le modèle français dans cette partie comme point de comparaison afin de mieux mettre en lumière certaines différences idéologiques. Enfin, ces bibliothèques favorisent l'expansion d'une culture locale et participative.

2.3.1. Démocratisation culturelle et élargissement de l'offre

Les bibliothèques hollandaises abordées ici ont une conception de leurs missions en rupture avec une vision élitiste de la culture. Elles ne cherchent pas à donner accès à un savoir légitime. Elles refusent « *un rôle d'expert* », « *à qui l'affirmation d'un savoir donne un pouvoir de légitimation* ». La conception de la culture légitime puise son origine chez les penseurs des Lumières, dont l'ambition était d'éclairer l'humanité, « *mais en excluant la plus grande partie du peuple de l'institution du Citoyen* »¹⁴⁵. L'espace public d'Habermas, précédemment cité, reprend cette idée. L'héritage sociologique français, essentiellement bourdieusien, est marqué par une hiérarchisation 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* »¹⁴⁶. 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* »¹⁴⁷. En France, souligne-t-elle, les cultures populaires ont été peu étudiées, et leurs systèmes internes de valeur peu pris en compte. L'apport de travaux récents invite toutefois à nuancer ce tableau. Olivier Donnat relève ainsi une « *hybridation croissante des univers culturels* » et Bernard Lahire diagnostique de façon similaire un phénomène de « *dissonance* » : la plupart des individus possèdent en effet une palette de goûts très variés, mâtinée de différentes influences et s'abreuvant à la fois aux registres légitimes et illégitimes¹⁴⁸. Dans l'analyse de Bernard Lahire, l'individu apparaît dégagé du joug de l'*habitus* bourdieusien : l'auteur remarque qu'aujourd'hui, chacun parvient de plus en plus à revendiquer l'ensemble de ses goûts et leurs diversités, sans redouter un jugement trop tranché. Pour Eppo Van Nispen tot Sevenaer¹⁴⁹, directeur de la DOK, toute culture est légitime et a donc sa place en bibliothèque dont la mission consiste à refléter la société dans sa globalité. Sa vision du savoir est plus large et touche à des domaines autrefois frappés d'illégitimité, dont certains courants de pensée comme les *Cultural Studies* ont cherché à montrer la cohérence et le rôle dans la construction de l'identité personnelle. Selon Dominique Pasquier, « *la sociologie de la culture américaine [...] envisage les cultures sur un mode d'équivalence horizontale* », au rebours de notre tradition sociologique¹⁵⁰. D'après Raoul de Haan¹⁵¹, la bibliothèque ne doit en aucun cas

¹⁴⁵ Giet, Sylvette (dir.). *La légitimité culturelle en questions*. - Limoges : Presses Universitaires de Limoges, 2004, P. 15.

¹⁴⁶ Pasquier, Dominique. *La « culture populaire » à l'épreuve des débats sociologiques*. *Hermès*, t.42, 2005

¹⁴⁷ *ibid.*

¹⁴⁸ *ibid.*

¹⁴⁹ Entretien avec Eppo Van Nispen tot Sevenaer, directeur de la DOK, à Delft.

¹⁵⁰ Pasquier. *Op. cit.*

¹⁵¹ Entretien avec Raoul de Haan, Heerhugowaard.

émettre de jugement sur les goûts de l'utilisateur. La bibliothèque essaie de répondre à ses attentes et le bibliothécaire ne peut se comporter comme un guide chargé d'une mission, mais doit plutôt agir en interlocuteur disponible. L'organisation des bibliothèques hollandaises traduit cette volonté : grâce à l'automatisation du prêt, les bibliothécaires évoluent parmi les rayonnages, évitant ainsi l'effet écrasant du comptoir traditionnel. L'OBA a opté pour sa part pour des bureaux de forme ovoïde où usagers et bibliothécaires prennent place du même côté [illustrations 77A, 77B]. La bibliothèque de Rotterdam a conçu des îlots d'information ouverts [illustrations 78A, 78B, 78C] : des ordinateurs y sont mis à disposition des usagers pour des recherches libres, mais il est également possible de s'adresser à un bibliothécaire qui ne reste plus derrière un comptoir. La barrière physique et symbolique a été sciemment gommée. Ce type de procédé commence à voir le jour en France, notamment à la médiathèque Marguerite Yourcenar où les tables de renseignement triangulaires placent usagers et bibliothécaires sur le même plan, tous deux face à l'écran, [illustrations 79A, 79B]. Toutefois, elle rencontre encore de nombreuses résistances, nourries par une longue tradition d'assimilation du bibliothécaire à un accompagnateur éclairé de l'utilisateur, investi d'une mission de transmission du savoir légitime¹⁵². La bibliothèque reste en outre l'apanage d'un public plutôt privilégié. Ceci est souvent vécu comme un échec par les bibliothécaires et vient peut-être du fait que le système est « conçu pour des lettrés, par des lettrés » comme le met en exergue Nicole Robine¹⁵³ « le malaise ressenti par les lecteurs des classes défavorisées leur fait prendre conscience de la force de la distance culturelle qui les sépare et les distingue des autres catégories sociales [...] Le choix de livre correspond, le plus souvent encore, malgré bien des efforts, à un public de classe moyenne »¹⁵⁴. A l'inverse, tout est mis en œuvre à la DOK ou à Heerhugowaard pour désactiver le filtre social, pour rendre la bibliothèque la plus accessible et la moins exclusive possible.

Dans ces bibliothèques où le rapport à la culture diffère beaucoup de ce qui perdure en France, l'offre se décline différemment. Lieu de vie accueillant et vivant, la bibliothèque se fait « maison des trésors »¹⁵⁵, « terrain de jeu » à la DOK, ou « de découverte » à Rotterdam¹⁵⁶, plus généralement centre d'information et de divertissement et prône à ce titre l'« *infotainment* »¹⁵⁷ (contraction des termes « *information* » et « *entertainment* »), mélange des deux genres. Véritable centre culturel hybride, elle permet à l'utilisateur à l'instar de la médiathèque décrite par Martine Poulain d'« *assouvir en un même lieu des besoins de lecture, de formation, de divertissement ou de culture qui répondent à des parts diverses de sa personnalité : être social, son être familial, son être singulier, son être travaillant et son être vacant* »¹⁵⁸. Sa dimension culturelle accorde une place au plaisir. Pour Eppo Van Nispen tot Sevenaer, ce paramètre est fondamental. Or selon lui, la plupart des bibliothèques sont tout sauf amusantes. La bibliothèque du futur doit donc être attrayante, procurer du plaisir à l'utilisateur, rendre la culture stimulante, plaisante et vivante. Même si d'aucuns à l'instar de Martine Poulain prônent l'élargissement des fonctions de la bibliothèque (dont l'aspect récréatif), la culture demeure en France une

¹⁵² Bertrand, Anne-Marie. *Le peuple, le non-public et le bon public : Les publics des bibliothèques et leurs représentations chez les bibliothécaires*. In : Le(s) public(s) de la culture, Donnat, Olivier, Paul Tolila, Presse de Sciences Po, 2003

¹⁵³ reprise par Anne-Marie Bertrand.

¹⁵⁴ Bertrand. Ibid.

¹⁵⁵ Koren, Marian. *Creating Public Paradise : Building Public Libraries in the 21st Century*. - Leidschendam : Biblion Uitgeverij, 2004.

¹⁵⁶ Schwarz. Op. cit.

¹⁵⁷ Jacquet-Tribaudet, Amandine, Bonnet, Vincent. op. cit.

¹⁵⁸ Poulain, Martine. "L'effet médiathèque: quelle culture pour quels publics?", in : Seibel, Bernadette (dir.). *Lire, faire lire. Des usages de l'écrit aux politiques de lecture : colloque "la Bibliothèque dans la ville" Marseille, 20-21 novembre 1994 organisé par la Bibliothèque municipale de Marseille, l'Observatoire France-Loisirs de la lecture et le Monde diplomatique*. - Paris: Le Monde Editions, 1994, p. 232.

sphère ressortant essentiellement du sérieux et de l'intellect : « *A 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.* »¹⁵⁹ Associer la culture à la légèreté, au loisir, au plaisir, apparaît presque comme une vision frivole, entachée de soupçon. La conception française est donc essentiellement centrée sur l'offre de livres, support associé à la culture la plus prestigieuse et la plus sérieuse. D'autres produits essentiellement ludiques et dont l'image est lié à la culture de masse, comme le jeu vidéo sont quasiment tabous. A l'opposé, celui-ci est en passe de devenir un élément de l'offre à part entière dans les bibliothèques. La bibliothèque Heerhugowaard possède une zone dédiée aux jeux vidéo, montés sur des meubles à roulettes. A Rotterdam, un espace leur est déjà dédié [illustration 31] et l'ouverture à partir de janvier 2009 d'une zone réservée aux jeunes comprenant de nombreux ordinateurs et jeux vidéo est prévue. L'OBA projette également la mise à disposition prochaine d'un espace spécifique et travaille même à la conception d'un jeu vidéo en collaboration avec la DOK qui portera sur les bibliothèques et les histoires. Pour Riet Lamers, bibliothécaire à l'OBA, le monde change et il est nécessaire de s'adapter à sa nouvelle sémantique. Par ailleurs, la bibliothèque s'entend aussi comme lieu de détente : on peut s'y rendre pour s'amuser et apprendre, ou seulement pour se divertir¹⁶⁰. La DOK et la bibliothèque de l'Université de Technologie à Delft développent depuis deux ans un programme de réflexion et d'expérimentation en matière de jeu vidéo, à la dénomination évocatrice : UGame – Ulearn. Sur le site Internet éponyme, le jeu est présenté comme partie intégrante de la société moderne, dont on ne peut occulter l'usage croissant. Ses vertus y sont défendues. Moyen d'apprentissage, aide à l'assimilation de nouvelles aptitudes, le jeu vidéo, média favori des jeunes permet de tisser des liens avec eux et de rester en phase avec leur culture. En outre les jeux ne s'opposent pas nécessairement à la « culture », il existe aujourd'hui de nombreux créateurs visuels de talent qui développent des réflexions et des univers aussi intéressants que ceux de bons cinéastes ou auteurs.¹⁶¹ Pour Meredith G. Farkas, la présence de jeux vidéo dans les bibliothèques en ferait des troisièmes lieux idoines à destination des jeunes qui manquent cruellement d'endroits libres d'accès où leurs intérêts sont pris en compte. La présence des jeux vidéo en bibliothèque favoriserait en outre l'échange et la rencontre dans le monde réel, et non plus seulement sur un mode virtuel, tout en procurant la même ambiance conviviale et informelle que sur Facebook ou MySpace. Le jeu pourrait ainsi contribuer à la réconciliation des jeunes et de la bibliothèque.¹⁶² Si Meredith G. Farkas préconise plutôt la création d'un espace séparé et isolé acoustiquement, les appareils de jeux vidéo à la DOK sont répartis en différents endroits de la bibliothèque [illustrations 80A, 80B], afin de ne pas créer un effet de congestion. Figurant au côté de la collection de périodiques pour enfants [illustrations 80B, 80C], les consoles PlayStation 2 rencontrent un vif succès, et leur cohabitation incite les enfants à lire les magazines. Le jeu vidéo a également une vocation sociale : de nombreux jeux se jouent à plusieurs et des pères de famille viennent jouer fréquemment à la Wii avec leurs enfants le week-end, puis déambulent dans la bibliothèque et empruntent quelques livres avant de repartir. La pratique du jeu vidéo ne supprime pas celle de la lecture : elles se complètent et font du séjour en bibliothèque une expérience plus complète. La DOK a tourné un documentaire intitulé

¹⁵⁹ Maresca. Op. cit., p. 123.

¹⁶⁰ Entretien avec Riet Lamers, OBA.

¹⁶¹ Voir le site www.Ugame-Ulearn.com

¹⁶² Farkas, Meredith G.. *Social softwares in libraries. Building Collaboration, Communication and Community Online.* . Medford, New Jersey : Information Today, Inc., 2007, pp. 222-231.

« If You're Not Gaming, You're Loosing », relatant les actions menées autour des jeux vidéo dans des bibliothèques américaines de la région de Chicago. Ce petit film montre que les jeux attirent de nombreux adolescents dans les bibliothèques et plus de 70 % parmi ceux-ci lisent des livres.

Si pour Ed D'angelo, bibliothécaire américain, auteur de « Barbarians at the Gates of the Public Library » l'introduction de jeux vidéo ou de « mauvais livres » s'apparente à un processus de corruption de la démocratie par le capitalisme et le business¹⁶³, Eppo Van Nispen tot Sevenaer y voit au contraire une mission hautement démocratique. Selon lui, tous les biens du marché culturel doivent figurer en bibliothèque. Il s'agit de rendre accessible à la communauté toutes les formes de culture. Ne pas le faire équivaldrait à un acte de confiscation, notamment auprès d'un public ne disposant pas de moyens financiers suffisants pour les acquérir. Il importe de fournir aux usagers ce qu'ils désirent - car « la bibliothèque leur appartient » - et non uniquement ce qu'ils souhaiteraient s'ils étaient suffisamment informés de ce qui peut leur faire du bien, comme le revendique Ed d'Angelo, convoquant l'intérêt général selon Rousseau¹⁶⁴. Cette vision idéaliste et quelque peu méprisante de l'utilisateur ne prend aucunement en compte ses desiderata. A contre-courant, Odile Puravet, dans son article « Nouveaux publics , nouveaux usages », insiste quant à elle sur la nécessité de sonder les désirs du non-inscrit et d'en tenir compte¹⁶⁵. A Delft, Rotterdam, Amsterdam ou Heerhugowaard, la bibliothèque s'adresse à un « client omnivore »¹⁶⁶ et ne rechigne pas à faire cohabiter romance et philosophie, jeux vidéo et méthodes de langue interactives, cd de karaoké et musique classique, œuvres d'art et instruments de musique ainsi que les activités ou manifestations les plus diverses (spectacles de magie ou débats politiques, concerts de musique classique ou réunions à destination de la communauté homosexuelle, festival de films ou cours de cuisine, ateliers d'informatiques ou voyages à l'étranger, clubs de lectures ou soirée dansante,...). A la DOK, le livre n'est plus qu'un support parmi les autres : le rôle fondamental de la bibliothèque réside dans la transmission d'histoires. La hiérarchie entre supports est abolie : « *What does it matter whether we share our stories in form of a book, a CD, a DVD, an MP3 player or an MP3 file, or a work of art ?* »¹⁶⁷. Il s'agit de mettre les usagers en connexion avec le monde et entre eux. La devise de la DOK : « *Borrow the world in DOK* » est censée traduire la nature de l'établissement : un « centre d'information aisément accessible »¹⁶⁸, en prise avec la société et son époque. La bibliothèque d'Heerhugowaard s'inscrit dans une vision proche et n'hésite pas à recourir à des procédés un peu théâtraux, destinés à surprendre l'utilisateur en lui proposant des événements inhabituels pour susciter sa curiosité et accroître son appétit de connaissance. Un tatoueur est par exemple intervenu afin de parler de son métier, dont il a exposé les techniques, les possibilités et les dangers. A l'issue de cette séance interactive, où le public était invité à poser des questions, des livres sur les signes chinois, indiens ou maoris ont été présentés. Ces ouvrages qui n'étaient auparavant quasiment jamais empruntés sont depuis régulièrement demandés. Pour Raoul de Haan, la culture doit être quelque chose de vivant et stimuler tous les membres de la collectivité, parler aussi leur langage. Michel Melot partage cette conception de la bibliothèque centrée sur les usages de la communauté : « *La bibliothèque, à vrai dire,*

¹⁶³ D'Angelo, Ed. *Barbarians at the Gates of the Public Library. How Postmodern Consumer Capitalism Threatens Democracy, Civil Education and the Public Good.* -Duluth Minnesota : Library Juice Press, 2006, p. 7.

¹⁶⁴ Ibid., p. 22.

¹⁶⁵ Puravet, Odile. *Nouveaux publics, nouveaux usages. Tendances nationales et réalités locales.* BBF, 2007, t. 52, n°2, pp. 105-106.

¹⁶⁶ Brochure "A trip to the Rotterdam Library : always worthwhile".

¹⁶⁷ Boekesteijn, Erik. *Discover Innovations at DOK, Holland's 'Library Concept Center'*, Marketing Library Service, Vol. 22 No. 2 — Mar/Apr 2008. Discover Innovations at DOK, Holland's Library concept

¹⁶⁸ ibid.

*n'est pas à l'échelle de la culture individuelle. 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*¹⁶⁹ ; 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 »¹⁷⁰ Ainsi, la bibliothèque d'Heerhugowaard organise des ateliers « alternatifs » sur le rap ou sur la manière de « parler devant en groupe ou tout seul devant un public » mais également chaque mois des manifestations culturelles qui s'appuient sur des événements nationaux tels la « semaine de l'histoire » ou le « jour de la poésie »¹⁷¹, ainsi qu'une palette d'événements en lien avec des associations ou intervenants locaux.

2.3.2. L'avènement de la culture collaborative

Les bibliothèques hollandaises portent un réel intérêt à la culture locale. Ainsi, l'artothèque de la DOK [illustrations 81A, 81B] comprend plus de cinq milles œuvres d'art, achetées en grande majorité à des artistes locaux et que les usagers peuvent emprunter jusqu'à six mois. Des entreprises les louent parfois. Certains tableaux décorent temporairement la bibliothèque. [illustration 82] L'équipe de la DOK visite régulièrement les galeries environnantes afin de s'approvisionner et d'étoffer leur collection. Une dizaine d'expositions ont lieu chaque année. La DOK organise également un cycle de manifestations autour de la Delft historique. Il y a une volonté de mettre en valeur le patrimoine local, de faire prendre conscience à l'utilisateur de la richesse culturelle de sa communauté. Les bibliothèques appréhendées dans notre étude s'impliquent par ailleurs dans la circulation de l'information locale¹⁷². Charles Lyon¹⁷³, pour qui ce rôle assimile ces bibliothèques à des troisièmes lieux, remarque qu'avec la mondialisation, les caractéristiques qui constituaient autrefois la singularité identitaire d'une collectivité ont tendance à s'estomper. Dans ce contexte, la bibliothèque peut jouer d'après lui la carte de la « *glocalization* », afin d'allier local et global, de maintenir une identité locale face à la croissance des influences mondiales¹⁷⁴. Kevin Harris défend également l'importance du rôle local de la bibliothèque, qui peut fonctionner comme « hyperlien » vers le monde, tout en se situant dans la sphère de la collectivité¹⁷⁵. A Delft ou Heerhugowaard, des débats sont organisés en collaboration avec des associations de la ville autour de sujets de société (travail, environnement, culture,...) et leur portée locale y est discutée. L'OBA héberge une station de radio, Amserdam FM, qui se fait le relais des informations locales et nationales. A certaines plages horaires, cette station ménage également la possibilité à des associations ou des usagers d'intervenir. La DOK et la bibliothèque d'Heerhugowaard informent la population de leurs activités par voie de presse et font paraître de temps à autre des productions de leurs usagers notamment des enfants dans les journaux. De plus en plus, les usagers sont invités non seulement à prendre part aux échanges concernant leur communauté mais aussi à collaborer à l'élaboration d'un bien collectif. Ce qui importe,

¹⁶⁹ Melot, Michel. *La sagesse du bibliothécaire*. - Paris : L'œil neuf éditions, 2004, p. 7.

¹⁷⁰ *ibid.*, p. 16.

¹⁷¹ qui connaissent parfois une prolongation locale (la journée de la poésie se transforme notamment en semaine de la poésie)

¹⁷² et représentant désormais une « voie distincte parmi le chœur des fournisseurs d'information locale » comme le suggère Charles Lyons à propos des bibliothèques troisième-lieu.

¹⁷³ Bibliothécaire américain à l'Université de Buffalo

¹⁷⁴ Lyons, Charles. *The library : a distinct local voice ?* Peer-reviewed journal on the internet, Volume 12, n°3, 05.03.2007.

¹⁷⁵ Harris, Kevin. *Your third place or mine ? Public libraries and local communities* Public library journal, 18(2), 2003, p 26-29.

c'est moins la qualité ou l'importance des contributions mais le fait que les publics sortent de la passivité et deviennent acteurs.

Selon Clay Shirky¹⁷⁶, les individus sont en train de sortir du mode de la consommation pure. Si pendant longtemps, ils ont consacré une grande partie de leurs loisirs à regarder la télévision, ils tendent à présent à investir tout autant de temps sur Internet et à y développer des pratiques communautaires. L'individu devient actif. Pour Clay Shirky, l'utilisateur se situe dans un triple rapport face à la sphère médiatique actuellement : au-delà de sa consommation, il aime également produire et partager. Cette évolution constitue d'après lui un tournant sociétal décisif. Les nouvelles bibliothèques importent de plus en plus les pratiques collaboratives du web 2.0 en leurs murs et leur donnent un ancrage physique. Pour l'équipe de la DOK, cela participe des missions d'avenir de la bibliothèque. La bibliothèque de Delft est actuellement en train de réaliser la conception d'un écran géant, le « DOK agora » ou « Storyboard of your life » de 70 m², où sera projeté tout ce que les usagers jugent bon d'être présenté à la communauté. Cela pourra aller de la présentation d'une exposition à l'histoire d'une personne : les usagers pourront effectuer des interviews et une enquête au cœur des lieux qui ont marqué sa vie, dans un hommage médiatique croisé à une personne, une époque et la ville. Il s'agit d'impliquer les usagers dans la vie de la bibliothèque et de créer des liens entre autour d'un patrimoine culturel et humain commun sur un mode ludique. Ce processus valorise les aptitudes, stimule l'imagination et renforce la relation à la bibliothèque. Un autre projet de la DOK, corollaire du premier et déjà en fonction, consiste à la mise en service d'un véhicule abritant un studio mobile équipé de caméras, de logiciels et de matériel nécessaire à la réalisation de documentaires et d'enregistrements vidéo à destination du site Internet de la bibliothèque. Le personnel de la bibliothèque se rend dans des établissements scolaires et permet aux étudiants de réaliser des films, par exemple un documentaire contre l'abus d'alcool ou sur un groupe de musique. L'idée est d'associer plaisir et création. Les adolescents se prennent ainsi au jeu de la rédaction des scripts, de l'écriture des scénarios, de la recherche de musique adéquate pour la bande sonore. La bibliothèque d'Heerhugowaard propose également de nombreux ateliers à l'issue desquels les participants sont invités à présenter leurs productions au sein de l'établissement. Ces projets sont divers : écriture de poésies, sculptures, réalisation de couvertures pour un livre dans le cadre d'un concours [illustration 83] dont le jury se compose de designers et d'usagers, etc. Pour Raoul de Haan, la bibliothèque fonctionne comme un lieu interactif. L'Open Podium de l'OBA où se produisent le jeudi soir usagers poètes ou musiciens, sélectionnés après le dépôt d'un dossier, se révèle une manifestation plébiscitée par le public. Plusieurs mois d'attente sont dorénavant nécessaires avant un passage sur scène. Durant ces soirées, un artiste professionnel discute les performances de plusieurs usagers et chaque semaine, un poète amateur lit ses vers à la radio de l'OBA. On remarque ainsi que lorsqu'on propose des activités culturelles stimulantes aux usagers, ils s'en emparent. Cela va à l'encontre de la représentation des usagers comme dépourvus de curiosité et d'appétit culturel. La bibliothèque réussit à remobiliser le public en l'associant à son fonctionnement.

Les usagers sont même parfois adjoints à sa conception. Ainsi à Utrecht, les usagers peuvent consulter sur le site Internet de la ville sept projets d'architectes¹⁷⁷ pour la future bibliothèque, dont l'ouverture est prévue en 2012. Les habitants peuvent faire part de leurs commentaires, sont invités à réfléchir à l'adéquation des ébauches architecturales avec le paysage urbain avoisinant, à leur potentiel d'attractivité et

¹⁷⁶ Clay Shirky est consultant, spécialisé dans l'analyse des impacts économiques et sociaux d'Internet. Il écrit notamment des articles pour le New York Times ou le Wall Street Journal.

¹⁷⁷ http://www.cu2030.nl/bibliotheek/architectenselectie_bibliotheek

d'enrichissement pour les gens, à leurs qualités environnementales¹⁷⁸, et enfin à voter pour le programme qui recueille leur adhésion. A Heerhugowaard, l'engagement citoyen est sollicité dès le plus jeune âge. Un groupe d'enfants, après avoir été familiarisé à des notions d'architecture, a travaillé en collaboration durant plusieurs mois avec une architecte afin de faire part de leur vision de la future bibliothèque. Plusieurs de leurs idées ont été intégrées dans la conception du bâtiment : une zone secrète avec accès par une porte magique uniquement réservée aux enfants, un espace au dernier étage avec vue sur les alentours [illustration 19] et équipé d'un immense canapé bleu, des éléments de mobilier sur roulette afin de créer des espaces ouverts ou fermés [illustrations 46A, 19], un théâtre-cabane [illustration 84A] où les enfants peuvent se produire ou afficher des créations personnelles, un espace avec des gradins¹⁷⁹ [illustration 85B], etc. En outre, les établissements d'Heerhugowaard et d'Amsterdam font partie des bibliothèques mettant en œuvre le programme expérimental de la « bibliothèque des 100 talents »¹⁸⁰. Ce projet a pour but de créer des espaces pour enfants et des lieux de « rencontre, d'émerveillement, d'apprentissage, de construction de soi »¹⁸¹. Les espaces pour enfants ne peuvent plus consister en des modèles réduits de bibliothèques pour adultes, mais doivent se nourrir de leur vision. A l'OBA, le design, l'usage des couleurs, des matériaux, ou la disposition des collections prennent ainsi en compte les envies des enfants. L'organisation de l'espace et les activités s'y déroulant s'inspirent des travaux du neuropsychologue et spécialiste des sciences de l'éducation Howard Gardner, selon lesquels les enfants disposent de différents types d'intelligence : langagière, logico-mathématique, spatiale, musicale, kinesthésique (« *capacité à résoudre des problèmes ou à produire des biens en utilisant tout ou partie de son corps* »¹⁸²), interpersonnelle, intrapersonnelle, enrichies d'une gamme d'autres types d'intelligences mises au jour récemment¹⁸³. Selon Howard Gardner, les critères scolaires traditionnels ne permettent pas de tenir compte de l'ensemble des aptitudes des individus et invalident le développement des enfants ne rentrant pas dans leur grille de référence. Dans ce cadre, la bibliothèque a pour mission de se rendre accessible à tous les enfants et de contribuer à mettre en valeur leurs prédispositions quelles qu'en soient leur nature. Les enfants sont invités à collaborer à la gestion des et des activités qui leur sont consacrés. Des ateliers originaux sont organisés, notamment dans le cadre du « Kinderlab », véritable laboratoire qui propose des activités en lien avec la psychologie et le travail manuel¹⁸⁴ conçu à la lumière des travaux de Gardner.

¹⁷⁸ Koren, Marian. *Creating Public Libraries in Europe. Approaches in Library Architecture*, Texte d'une conférence donnée par Marian Koren, en Juin 2008 à Athènes

¹⁷⁹ Entretien avec Raoul de Haan, Heerhugowaard.

¹⁸⁰ faisant partie elle-même du projet prospectif « Bibliothèques 2040 », à l'initiative de la Province du Brabant et ayant pour mission d'envisager les futurs modèles de bibliothèque.

¹⁸¹ Troelstra, Marijke. *The library of 100 Talents. Towards a new concept for children's libraries*. Présentation PDF, disponible sur : www.biblioteksforeningen.org/konferens/Konf2004/biblioteksdr/MarijkeTroelstra.ppt

¹⁸² Gardner, Howard. *Les intelligences multiples. La théorie qui bouleverse nos idées reçues*. – Paris : Retz, 2008, 6^e édition.

¹⁸³ Gardner, Howard. *Multiple Intelligences. New Horizons*. - New York : Basic Books, 2006.

¹⁸⁴ Jacquet-Triboulet, Amandine, Bonnet, Vincent. *Les bibliothèques publiques aux Pays-Bas*. BBF, 2008, t. 53, n° 1, p. 57-63 .

3. Vers une redéfinition du modèle de bibliothèque

De nombreuses nouvelles bibliothèques multiplient les initiatives afin de reconquérir le public. Elles essaient de rendre leur établissement le plus accessible possible et les usagers les plébiscitent généralement. En ce sens, elles semblent parvenir à une meilleure démocratisation culturelle. On peut se demander toutefois avec Anne-Marie Bertrand questionnant le modèle des médiathèques en France, si au lieu d'une démocratisation culturelle, ce n'est pas plutôt une forme de consommation culturelle qui est visée et qui en résulte?¹⁸⁵ En effet, ces bibliothèques n'hésitent pas à recourir à des dispositifs issus du marketing, afin d'attirer les usagers et de pouvoir rivaliser avec l'industrie de divertissement et de loisirs à l'ère de l'économie d'expérience. Nous verrons que les bibliothèques s'inspirent de ses méthodes et ses recettes. La comparaison nous permettra de mettre en relief leur étrange parenté. Celle-ci, associée à la diversification de l'offre, des activités et des services nous pousse à nous demander s'il on peut encore réellement parler de bibliothèques. N'assiste-t-on pas à l'avènement de structures d'un nouveau genre ? Par ailleurs, Sont-elles véritablement compatibles avec l'esprit du troisième lieu ? Qu'en est-il en France ? Le modèle de la bibliothèque troisième lieu serait-il transposable et ne le voit-on pas apparaître ?

3.1.) UN CHANGEMENT PAR RAPPORT A L'APPROCHE TRADITIONNELLE

3.1.1.) Des dispositifs inspirés de l'univers marchand

Dans les pays nordiques, aux Pays-Bas ou au encore au Royaume-Uni et plus largement dans le monde anglo-saxon, les services marketing au sein des bibliothèques sont légions et le recours à leurs techniques fréquent. Afin d'endiguer la perte de vitesse constatée ces dernières années, elles ont tout mis en œuvre afin de réviser leur image et de regagner du terrain. Le MLA, instance étatique britannique pour le développement des musées, des bibliothèques et des archives a lancé ainsi un grand projet marketing afin de redéfinir la bibliothèque, de s'interroger sur la façon dont on veut que les usagers la perçoivent et de développer des stratégies en conséquence. De nombreux ateliers de réflexion ont été initiés, durant lesquels les participants devaient fournir des noms de marque auxquels ils aimeraient bien voir la bibliothèque associée. A l'issue d'une phase de brainstorming encadrée par le cabinet de consultants « Dave and Provokateur », celui-ci présenta une esquisse de la bibliothèque du futur, résumée à l'aide de métaphore « choc » telles que qu'un « assortiment de délicats biscuits au chocolat, appétissants, séduisants, avec un arôme pouvant convenir à tous les goûts » ou « une salière ou

¹⁸⁵Bertrand, Anne-Marie. *Mais à quoi servent vraiment les bibliothèques municipales ? (1)*. BBF, 2004, t. 46 n°6, p. 86.

poivrière moderne et transparente, facile d'utilisation et très fonctionnelle »¹⁸⁶. Il s'agit en fait d'insuffler une nouvelle image de marque à la bibliothèque, de cibler des publics pour partir à leur reconquête, à la façon d'une entreprise commerciale, comme l'on fait les Idea Stores ou les Discovery Centres au terme de vastes enquêtes marketing. Cette préoccupation est également très présente dans les pays nordiques. L'équivalent scandinave du BBF, le Scandinavian Public Library Quarterly regorge d'articles sur l'importance de l'image véhiculée par les bibliothèques, qui sont appelées à rompre définitivement avec leur réputation austère et poussiéreuse, afin de pouvoir rester en selle dans la compétition redoutable avec les industries marchandes de loisirs et Internet. La bibliothèque doit travailler son pouvoir de séduction, comme le souligne un article anglais au sujet des Idea Stores et « attirer les gens aussi efficacement vers le livre que les supermarchés attirent les gens vers les cornflakes et les haricots blancs à la sauce tomate »¹⁸⁷. La comparaison est certes hardie, mais illustre bien la logique dans laquelle ces établissements sont engagés : leurs offres et leurs services constituent autant de produits d'appel, dans une perspective de concurrence avec le secteur marchand. Les bibliothèques adoptent d'ailleurs des devises conquérantes. La Dok affiche son ambition d'être la bibliothèque la plus moderne du monde¹⁸⁸. Dans le même registre, la bibliothèque publique d'Asker en Norvège revendique le fait d'être « une bibliothèque comme le monde n'en a jamais vu »¹⁸⁹. Les bibliothèques tentent de montrer qu'elles sont des lieux excitants et insistent sur leur côté novateur : « *this is new, this exciting, this is totally different* »¹⁹⁰ claironne le mot d'ordre des Discovery Centres d'Hampshire, au sud de Londres. Les bibliothèques s'approprient les stratégies de l'univers marchand. Les Idea Stores se revendiquent comme une chaîne de bibliothèques facilement identifiables par leurs bâtiments aux rayures bleus et vertes. Celles-ci fonctionnent à la façon de logo, dont la Canadienne Jeanine Schmidt recommande l'usage en matière de bibliothéconomie, car à l'instar des arches jaunes sur fond rouge de McDonalds ils permettent une identification instantanée.¹⁹¹ Les Discovery Centres, au nombre de deux à l'heure actuelle, s'entendent aussi comme une chaîne. La DOK quant à elle a imprimé un motif unique de dos de livres sur l'ensemble de sa façade vitrée [illustration 4], évoquant le visuel d'un grand magasin. Afin d'insuffler une nouvelle aura à leurs bâtiments, nombre de ces nouvelles bibliothèques reprennent les codes architecturaux de l'univers marchand. Elles s'inspirent de sa sémantique : larges baies vitrées, design soigné et moderne, écrans [illustrations 85A, 85B, 85C, 85D], escaliers roulants [illustrations 86A, 86B, 86C, 86D], etc. Des escalators longent ainsi la façade de l'Idea Store de Whitechapel, mènent d'étages en étages à Rotterdam ou à l'OBA. Le directeur de l'OBA a tenu à leur implantation afin d'entretenir les associations que peut faire le public avec les centres commerciaux¹⁹². L'éclairage en néon doit lui aussi concourir à nourrir cette parenté. Il s'agit d'évoquer des sphères familières et appréciés par le plus grand nombre d'usagers. L'architecte de la bibliothèque de Rotterdam reconnaît également avoir puisé son inspiration dans les shopping centres ou les parcs à thématiques¹⁹³. De nombreuses bibliothèques privilégient d'ailleurs la proximité avec des centres commerciaux ou des zones marchandes (la bibliothèque d'Amstelveen ou la

¹⁸⁶ Meeson, Sue : Public libraries – The big marketing push, CILIP archives, 2005

¹⁸⁷ Moore, Rowan. « The East End's own Pompidou Centre ; Architect David Adjaye has designed a bold beautiful building for Whitechapel that perfectly marries form and function », Evening Standard, 27. Sep. 2005.

¹⁸⁸ Entretien avec Erik Boekstijn

¹⁸⁹ Fried, Feylin / Rannveig Kvanum : Creating a trade mark for the modern library, SPLQ, volume 40, n°4, 2007.

¹⁹⁰ Article hollandais

¹⁹¹ Schmidt, Janine. «Unlocking the library: Library Design from a Marketing perspective», – *IFLA Library Building Guidelines : Developments &Reflections*. München : K. G. Saur, 2007, p. 65-66.

¹⁹² Entretien avec Riet Lamers, OBA.

¹⁹³ Schwartz, Ineke. A place of discovery : The public library of Rotterdam. Ohio Libraries, Spring 2001.

DOK se situe à près d'artères commerciales, les Idea Stores près de supérettes ou de marchés, la bibliothèque de Naevsted au Danemark se situe même sur le toit d'un supermarché !¹⁹⁴). Les bibliothèques dupliquent de façon générale les dispositifs qui se sont révélés probants dans le secteur commercial. Ainsi, certaines d'entre elles à l'exemple de la bibliothèque de Rotterdam implantent le modèle marchand du « shop-in-shop », où « on trouve des informations touristiques, un service de billetterie, des établissements de restauration ou des scènes de théâtre »¹⁹⁵. Les grandes chaînes de livres anglo-saxonnes semblent constituer une autre source d'inspiration à laquelle les bibliothèques s'abreuvent abondamment. Cathryn Harris, directrice de bibliothèque australienne, insiste sur la richesse de l'apport que peuvent fournir ces magasins et son analyse démontre que l'évolution des bibliothèques se calque sur la leur. Ces immenses librairies se sont peu à peu transformées en centres communautaires, où les cafés tiennent désormais une place de choix. Inconcevable il y a encore une dizaine d'années, leur introduction et la propagation concomitante de nouveaux usages (boire, parler, manger, se détendre, s'asseoir dans un environnement confortable,...) a fait partie de leur stratégie de survie, dans un univers toujours plus compétitif¹⁹⁶. Beaucoup de bibliothèques récentes s'inspirent de cette évolution salutaire et implantent les mêmes éléments quelques années plus tard en leurs murs, tout en se heurtant au même type de réticence de la part du personnel. Le café constitue dorénavant un élément pivot de la stratégie marketing des bibliothèques pour attirer les usagers et elles n'hésitent pas à en faire la publicité, par voie d'affiches ou d'ardoises à l'entrée de leur établissement [illustrations 87 A, 71]. L'OBA accueille même un restaurant au septième étage qui appartient à une chaîne connue aux Pays-Bas, La Place¹⁹⁷. Pour la bibliothèque, le bénéfice est double : elle profite de la renommée déjà établie de la chaîne de restaurant et de la fraîcheur qui lui est associée, la qualité des produits s'accordant avec le type d'image que la bibliothèque veut renvoyer d'elle-même. James Keller de la Queen's Library à New York va plus loin encore et serait favorable à l'implantation d'un McDonald's dans la bibliothèque, qui délivrerait un bon pour un Big Mac gratuit à chaque emprunt de livre¹⁹⁸. Peut-on ici encore parler de libre accès à la culture ou ne s'agit-il pas plutôt d'une stratégie des plus extrêmes pour convaincre l'utilisateur de prendre un livre, qu'il ne lira peut-être jamais, pour le forcer par tous les moyens à consommer de la culture ?

Dans ces bibliothèques, l'utilisateur est désormais considéré comme un client, dont il s'agit de gagner les faveurs. De même que Starbucks joue sur son ambiance « home-away-from-home », rappelant le « Central Perk » de Friends, lieu de rendez-vous chaleureux des protagonistes de cette série culte américaine destinée aux 18-40 ans et décline ses campagnes publicitaires en jouant sur les valeurs de convivialité, de communauté, de lien social, de camaraderie¹⁹⁹, les bibliothèques troisième lieu rivalisent de procédés pour instaurer un climat rappelant l'univers domestique²⁰⁰. L'objectif est de retenir le client par tous les moyens, de combler, voire de surpasser ses attentes. Le marketing

¹⁹⁴ Larsen, Jonna Holmgaard. *Nordic Public Libraries in the knowledge society*. Published in 2006 by the Danish National Library Authority

¹⁹⁵ Romer, Hermann, Schmid-Fröhlich et alii. *Les bibliothèques «tendance» – voyage de formationaux Pays-Bas*. [en ligne] SAB-INFO-CLP 2/2007, pp. 5-11.

¹⁹⁶ Harris, Cathryn. *Libraries with lattes : the new third place (coffee shops)*. Australian Public Libraries and Information Services.

¹⁹⁷ Le choix de ce restaurant n'est pas anodin. Il propose des plats alléchants à base de produits frais et souvent biologiques, des légumes et des fruits, que des panières joliment agencées présentent avantageusement dès l'entrée du buffet.

¹⁹⁸ Hill, Nathaniel. *The 21st Century Library will look less like Starbucks than you think*. « Catch and Release », blog de Nathaniel Hill, 31 mars 2008.

¹⁹⁹ McCaskey, David. *The whole latte business*. The hospitality Review. October 2001. p14-21

²⁰⁰ univers d'habitats à Amstelveen, canapé géant à Hererhugowaard, confort feutré à l'OBA, etc. comme nous l'avons déjà traité précédemment

relationnel vise à fidéliser le client et à atteindre des publics-cibles jusque-là non-fréquentants. Une des brochures de la bibliothèque de Rotterdam affirme d'ailleurs que le client est roi, lui faisant miroiter une multitude d'activités parmi lesquelles il pourra opter à sa guise, tandis qu'un autre prospectus lui promet qu'il n'y passera jamais un moment ennuyeux²⁰¹. Le personnel de bibliothèque des Idea Stores reçoit quant à lui une formation spécifique, afin d'améliorer l'accueil réservé au client. Celle-ci est dispensée par la chaîne de supermarchés Sainsbury's²⁰² qui a en outre mis à disposition un terrain pour la construction d'une des antennes de la bibliothèque. Les membres de l'équipe des Idea Stores sont revêtus d'uniformes, permettant aux usagers-clients les identifier plus facilement. Ce procédé, qui imite le mode de relation clients-personnel tel qu'il existe dans les magasins, est également repris à l'OBA, où les bibliothécaires sont vêtus de gilets sombres. Un défilé en tenue de travail a même été organisé²⁰³. Selon Jeanine Schmidt, il importe de modeler les services de bibliothèque en s'adaptant à la perspective du client²⁰⁴. La bibliothèque selon une approche marketing doit s'inspirer d'une grande surface culturelle et se décliner comme une « forêt de tentations »²⁰⁵ estime de son côté Jean-Claude Utard. Pour attirer le client, il est nécessaire de l'informer sur ce qu'elle propose, de valoriser son offre, souligne Raoul de Haan. Ces bibliothèques recourent fréquemment à des publicités dans la presse, à des informations par voie d'écrans ou à des actions sortant de l'ordinaire. Raoul de Haan met en exergue que le but premier de la bibliothèque d'Herhugowaard n'est pas d'éduquer le client, mais de le séduire, de susciter en lui l'envie de prolonger son séjour à la bibliothèque et de le renouveler. Ancien manager de librairie, il plaide en faveur de scénographies propres à la mise en valeur des produits [illustrations 88A, 88B], mêlant œuvres grand public et œuvres plus difficiles, afin de stimuler l'envie du client. Comme dans les librairies, les bibliothèques recourent à des vitrines à l'instar de la bibliothèque de Rotterdam où livres et objets au pouvoir évocateur sont associés [illustrations 89A, 89B, 89C]. L'OBA utilise également ce procédé pour valoriser ses livres ou organiser de mini-expositions thématiques [illustrations 90A, 90B, 90C, 90D]. L'établissement d'Heerugowaard se révèle particulièrement inventif pour ouvrir l'appétit de l'utilisateur. Le personnel confectionne par exemple des coffrets de livres surprises aux emballages travaillés. Ces boîtes sont scellées et renferment des ouvrages selon une thématique (par exemple : des nouveaux auteurs inconnus ou des écrivains scandinaves) particulière, en accord avec le design du récipient, mais dont l'utilisateur n'a pas connaissance avant l'ouverture de celui-ci. Le but est d'introduire des éléments de suspense et dans le même temps de faire découvrir aux usagers des livres qu'ils n'auraient peut-être jamais lu auparavant. L'OBA a quant à elle organisé des soirées à thème, notamment sur le motif du mystère. Tout est fait pour faire du séjour en bibliothèque un moment inoubliable.

3.1.2.) L'ère de l'expérience

Les nouvelles bibliothèques s'insèrent dans l'économie de l'expérience²⁰⁶, comme l'évoque Marian Koren dans un dossier sur le contexte européen²⁰⁷. Selon Joseph Pine II

²⁰¹ Brochure "A trip to the Rotterdam Library : always worthwhile".

²⁰² Entretien de Valérie-Serrz Rauzet avec Sergio Dogliani à l'automne 2008.

²⁰³ Entretien avec Riet Lamers, OBA.

²⁰⁴ Schmidt, Janine. "Unlocking the library: library design from a marketing perspective", in *IFLA library building guidelines: developments & reflections* / Edited on behalf of IFLA by Karen Latimer and Helen Niegaard, München: K.G. Saur Verlag, 2007.

²⁰⁵ Utard, Jean-Claude. *Fidéliser son public et promouvoir ses services et ses fonds*. BBF, 1997, t.42, n°2, pp. 90-91

²⁰⁶ Bien que ce concept soit au départ réservé à l'économie, il est repris aujourd'hui dans d'autres branches : architecture, urbanisme, tourisme et bien d'autres domaines, ainsi que le management du client.

²⁰⁷ Koren, Marian. *Les bibliothèques publiques aux Pays-Bas*. Bulletin d'informations de l'ABF, 2001, n° 192.

et James Gilmore, auteurs du concept, l'économie a traversé différentes phases : on est passé d'un mode d'économie agraire à une économie industrielle, plus récemment à celle des services, et maintenant à celle de l'expérience. Il n'est plus question de vendre simplement un produit, mais une expérience. Le journaliste David McCaskey note également cette mutation et évoque l'alchimie opérante de la chaîne de cafés Starbucks, qui proposent bien au-delà d'une tasse de café tout un imaginaire : grâce à la fois au langage du barista, au bruit des moulins à café, aux différentes sortes de grains et produits (sacs, tasses, cafetières, etc.), à la sensation de chaleur procurée par la tasse de café fumante dans les mains du client, et à l'atmosphère spécifique attaché à l'arôme du café, le séjour chez Starbucks devient une expérience particulière et mémorable²⁰⁸. En introduisant des cafés en leurs murs, les bibliothèques ajoutent une plus-value au moment culturel. Pour le sociologue Gérard Mermet, « *on assiste depuis quelques temps au grand retour de la valeur d'usage des produits par rapport à leur valeur de possession, mais l'usage doit être porteur de plaisir. Celui-ci doit à la fois être immédiat et renouvelé. Les consommateurs recherchent de plus en plus une 'expérience', un moment fort qui les fera vibrer et leur permettra de s'échapper du quotidien* »²⁰⁹. De même que les magasins se muent en espaces de loisir et cultivent le *retailment* (amalgame de *retail* : commerce et *entertainment* : divertissement), les bibliothèques cultivent l'*infotainment* (contraction d'*information* et *entertainment*) ou l'*edutainment* (association de l'*education* et d'*entertainment*). Pour Eppo van Nispen tot van Sevenaer, la DOK doit procurer à ses usagers une expérience « *fun* » et positive. La bibliothèque de Turku se comprend quant à elle comme « centre de culture et d'expérience »²¹⁰. La bibliothèque de Lancaster au Royaume-Uni revendique l'apport d'une « expérience différente » avec la venue de groupes les plus « chauds »²¹¹. De façon plus symptomatique encore, la bibliothèque de Rotterdam sert de terrain d'implémentation à un nouveau concept : « the experience library », dont l'objectif affiché est de proposer des activités attractives pour faire face à l'univers très compétitif des magasins. Ce concept appelé en néerlandais « Belevnisbibliotheek » se développe aux Pays-Bas où la bibliothèque d'Amstelveen l'a repris également à son compte. Les grandes marques suscitent en effet des expériences qui entrent en concurrence avec ce qu'offre la bibliothèque. « *Chez SonyStyle, doté d'un Starbuck Café, il est possible d'écouter librement tous les CD ou de s'installer dans un profond fauteuil pour regarder un film sur une télévision grand écran.* »²¹². Les « Niketown », villages commerciaux de la marque Nike, répartis en Europe et à travers le monde, proposent quant à eux des univers sportifs, associés à des lectures, des clubs et des manifestations du même type. La bibliothèque de Rotterdam développe toute une palette d'« *experience-arrangements* »²¹³. Le sociologue François Bellanger démontre que les marques et grands magasins commencent à ajouter une plus-value culturelle à leur offre : ateliers pédagogiques, expositions,...²¹⁴. Les bibliothèques et les grands magasins semblent donc se battre de plus en plus sur des terrains similaires. Selon Joel Barish, journaliste, auteur d'un dossier « Boutiques tendance et concept store », paru dans la Tribune de Bruxelles, ces nouveaux magasins ou *concept stores* ne cherchent plus à imposer leurs produits mais à essayer de comprendre comment le client fonctionne, à lui

²⁰⁸ McCaskey, David. *The whole latte business*. [en ligne] The hospitality Review. October 2001. pp. 14-21.

²⁰⁹ Mermet Gérard. *Franco-scopie 2007*. - Paris : Larousse, 2007, p. 337.

²¹⁰ Naatsaari, Inkeri. *Information, experience and learning centre*. [en ligne] Scandinavian Public Library Quarterly. Volume 40 N°4 2007

²¹¹ www.lovelibraries.com

²¹² Bellanger, François. *Vers des magasins plus ludiques et plus pédagogiques*. [en ligne] Espaces 171, janvier 2001, p. 28-33.

²¹³ vitrines, activités attrayantes et si possibles interactives, sélections alléchantes de textes et liens vers des sites internet en rapport avec une thématique, suggestions de lectures, etc.

²¹⁴ Bellanger. *ibid.*

proposer un « style de vie », un imaginaire et une ambiance spécifique. Ces lieux procurent une sensation de familiarité que l'utilisateur choisit en fonction de sa sensibilité. Ils tentent d'entretenir un lien de familiarité, en mélangeant les codes du public et du privé, notamment en introduisant le « *food in the shop* ». Ce sont des « lieux d'identification 'gratifiants par l'image qu'ils nous donnent de nous-mêmes' » et donnent « l'impression d'appartenir à un club plus ou moins privés ». Pour le journaliste, ils s'apparentent aux troisièmes lieux d'Oldenburg, des lieux où l'individu peut musarder et échapper au quotidien, où il peut « être ». Le journaliste annonce l'avènement de ces « being spaces » nourries de l'idéologie du troisième lieu, dont les commerces se sont accaparés²¹⁵. On pourrait avoir l'impression à la lecture des articles qui les décrivent qu'il est question d'une de ces nouvelles bibliothèques que nous avons évoquées en étudiant l'exemple hollandais. Il s'agit comme le souligne Cora König, responsable du projet « The experience library » à Rotterdam, d'être compétitif et pour reprendre la vision d'Henrich Jochmussen, d'être visible dans la société d'expériences²¹⁶. Jean-Claude Utard annonçait déjà en 1997 l'avènement de ces nouvelles bibliothèques forgées par les outils du marketing, et les définissait comme « lieux de rencontre et d'expériences », mettant à la disposition de l'utilisateur un « portefeuille d'expériences », « facilitant les échanges entre lecteurs, lecteurs et personnels, qui laissent une place au spontané et à l'imprévu »²¹⁷.

Le séjour en bibliothèque se transforme même en expérience « polysensorielle ». Tous les sens de l'utilisateur y sont sollicités: vue (grand soin apporté à l'esthétique des lieux, à l'environnement, au design, au mobilier innovant, à l'éclairage [illustrations 91A, 91B, 91C, 23A, 32A, 33A, 41]), ouïe (sonorisation des espaces musicaux ou mélodies de piano qui confèrent un « supplément d'âme » à l'ambiance du lieu), toucher (contact avec différentes matières : tables en bois, fauteuils moelleux, poufs en cuir, etc.), goût et odeur (les cafés ou restaurants aux produits frais et appétissants [illustrations 92A, 92B]). L'ambiance est perçue de façon globale par tous les sens. Pour Agnès Girobeau, « Les sens sont une voie rapide vers les émotions. [...] Les émotions créent l'attachement, les réactions émotionnelles sont perçues avant toute réaction rationnelle »²¹⁸. La bibliothèque, en soumettant l'utilisateur à de multiples stimuli, se fait territoire émotionnel. Il se produit ce que Andrew Mc Donald nomme un facteur « oomph » ou « wow » dans l'ouvrage *Architectural library guidelines*²¹⁹. Pour leur directeur, les Discovery Centres procurent aussi un « facteur wow » : l'utilisateur se laisse gagner par le lieu bibliothèque, par son ambiance, nourrit un sentiment d'excitation à son égard. La puissance de l'expérience renforce selon Cora König l'image de marque de la bibliothèque : « *our experience is our brand [...] When looking at the big picture, it makes sense that marketing, public relations, advertising, products, activities and staff training all support a great visitor experience. This is how a marketing experience relates to our experience. You can't separate them [...] The more consistent and integrated the experience we offer, the stronger our brand will be. Great experiences engage our visitors, tell a story, and fit all the pieces of a visit together to create a positive memory* »²²⁰.

²¹⁵ Barish, Joel. *Boutiques tendance et concept-stores*. Tribune de Bruxelles

²¹⁶ Jochmussen, Henrich. *Nordic view on the US. Library and community. The American Way*. Scandinavian Public Library Quarterly. Volume 40, N°3, 2007.

²¹⁷ Utard. op. cit.

²¹⁸ Girobeau, Agnès, Body, Agnès. *Le marketing sensoriel. De la stratégie à la mise en œuvre*.

²¹⁹ McDonald, Andrew. « The ten top qualities of a library building », in : *IFLA library building guidelines: developments & reflections* / Edited on behalf of IFLA by Karen Latimer and Helen Niegaard, München: K.G. Saur Verlag, 2007, p.25.

²²⁰ Entretien par mail avec Cora König.

On pourrait se croire avec ce rapprochement entre bibliothèques innovantes et magasins bien loin de l'univers d'Oldenburg qui a de grandes difficultés à envisager une application de son concept à l'univers marchand, qu'il considère comme environnement hostile. L'incompatibilité entre le troisième lieu et les stratégies marketing pourrait être désamorcée, si on considère que les objectifs des bibliothèques sont dénués d'intérêts financiers. Cathryn Harris souligne d'ailleurs que les bibliothèques adoptent souvent une attitude de non-profit par rapport aux cafés qu'elles abritent. C'est surtout le confort de l'utilisateur qui est visé. Pour John Valk, le marketing serait même la seule façon de préserver les intérêts publics dans un monde commercial, de sauver la bibliothèque²²¹. Cora König met quant à elle en exergue que tout en étant une organisation à but non-lucratif, la bibliothèque se situe dans le domaine de la « vente et la création d'expériences culturelles »²²². Il ne s'agit pas seulement en bibliothèque de faire consommer l'utilisateur, mais de lui procurer une expérience authentique, qui fait sens pour lui, à un niveau émotionnel, intellectuel. Comme le soulignent Pline et Gilmore, l'authenticité consiste dans l'univers des affaires à être fidèle à soi-même et cohérent dans son offre. En proposant des projets culturels et sociaux à ses usagers, tout en recourant à des techniques du marketing, la bibliothèque n'en poursuit pas moins un but noble : rendre les usagers *in fine* plus heureux²²³. Cela correspond également à la vision de la DOK de Jenny Levine, bibliothécaire-bloggeuse très connue aux Etats-Unis : « *You walk into DOK and you immediately feel welcome into a place you can spend hours at if you want to. DOK is what I've always wanted libraries to be in terms of the « experience » that happens around books, information, content, media and people. You can't help smile when you're inside, and you just feel happier in general.* »²²⁴. Cette approche nous semble neutraliser au moins en partie le conflit entre bibliothèque moderne et troisième lieu, dont la vocation est également de fournir une expérience unique, d'améliorer l'existence de l'individu. C'est peut-être cette composante, le bien-être de l'individu, qui peut agir comme critère de choix dans la palette des offres à proposer à l'utilisateur. Si les bibliothécaires rechignent à utiliser le mot marketing en France, c'est parce qu'il provient d'une idéologie marchande et génère parfois une certaine méfiance. Dans la vision nordique ou anglo-saxonne, les desseins publics ne s'inscrivent pas en contradiction avec les méthodes marketing. Les Idea Stores affirment dans leur document de développement de stratégie avoir ainsi recours aux meilleures techniques du privé et du public. Ils y voient des avantages certains : ces outils permettent une démarche méthodique, rationnelle et réflexive efficace, afin d'amorcer une nécessaire redéfinition des missions des bibliothèques dans une période de crise.

3.2.) CONFUSION DES GENRES ?

Il n'en reste pas moins qu'il règne une certaine notion de flou autour de ces nouveaux établissements qui diversifient leurs tâches et leurs missions. La bibliothèque apparaît parfois comme un robot multi-fonctions dont on n'aurait pas le mode d'emploi. D'aucuns se demandent vers où l'on se dirige, tandis que d'autres voient dans ce processus de mutation l'unique garantie de pérennité.

²²¹ Valk, John. *La modernisation de la bibliothèque publique hollandaise et l'influence du non-livre*. 64^e Conférence Générale de l'IFLA, 21 août 1998. / L'article date d'il y a dix ans, mais il est toujours d'actualité.

²²² Entretien par mail avec Cora König.

²²³ Ibid.

²²⁴ Levine, Jenny. *Visiting the Most Modern Library in the World*. The shifted Librarian, blog de Jenny Levine, 19.03.08.

3.2.1.) Objet culturel non identifié...

Cette nouvelle forme de bibliothèque semble prise dans les rets de la société actuelle et de ses modes de consommation. Elle s'adapte aux pratiques de l'utilisateur, « consommateur-zappeur » en lui proposant une palette de possibilités parmi lesquelles il peut choisir selon son bon vouloir. Ce faisant, elle intègre des services et des produits autrefois considérés comme incompatible avec la seule activité légitime en son sein : la lecture. La bibliothèque devient « boulimique »²²⁵ et à vouloir embrasser trop de missions, il est légitime de s'interroger : est-elle en mesure de les mener à bien ? Lui incombent-elles réellement ? En outre, en suivant les tendances de l'univers marchand, la bibliothèque prend le risque de les subir. Joel Barish de la Tribune de Bruxelles met en exergue le mélange des genres qui caractérise les *concept-stores* : « *Avant les choses étaient simples. Une boutique était une boutique. Un marchand de vin vendait du vin, un libraire des livres et un magasin de meubles...des meubles. Aujourd'hui tout se complique sous l'impulsion d'une société de consommation* ». ²²⁶ Selon lui, la quintessence de ces nouveaux magasins pourrait se cristalliser dans le modèle de « Colette » à Paris, qui ne se définit plus comme un commerce à la thématique identifiable mais comme « *Styledesignedfood* », « *temple de la modernité qui offre en vrac un bar à eaux, des objets déco de toutes sortes, des revues japonaises, des vêtements, des produits d'épicerie fine... Le tout pour un concept rusé : pas de collections, mais des morceaux choisis, soit une sélection d'objets choisis* ». ²²⁷ De même que certains magasins hybrident leurs formes et se rebaptisent, les bibliothèques tentent de se redéfinir et abandonnent parfois leurs anciens noms. Elles optent pour de nouvelles appellations, chargées de refléter une ère de changement et la démultiplication des usages. Ces établissements revendiquent jusque dans le vocabulaire qu'elles emploient leur parenté avec les pratiques issues des magasins : l'utilisateur est convié à piocher dans un boîte à idées, La DOK à Delft arbore fièrement sur sa porte d'entrée les mots « Library Concept Center » [illustration 4A]. Si le terme « bibliothèque » n'est pas ici renié et la filiation reconnue, la volonté de se démarquer de l'image de l'ancienne bibliothèque est pourtant réelle. Les Discovery Centres ont quant à eux retenu le modèle de la « colocation » : ils abritent outre une bibliothèque, des musées, des espaces communautaires, un point d'information touristique. Les Idea Stores mettent ainsi à la disposition de leurs usagers outre une offre traditionnelle de supports une crèche, un centre de conseil sur la santé, une salle de danse, des formations, etc. De ce très large éventail de services se dégage parfois une impression de fouillis, un manque d'unicité et l'impression d'offres juxtaposées sans cohérence. Les espaces de *chill out* où on peut entendre MTV²²⁸ en bruit de fond, les *speed-dating*, les soirées anniversaires de personnalités VIP²²⁹, les concerts pour adolescents, les soirées thématiques, les clubs de jeux ou autres ateliers de dessins côtoient les débats politiques, les livres de philosophie, les rencontres avec des écrivains et la musique classique d'une façon qui peut sembler à certains usagers assez déroutante. Cette mosaïque fait-elle vraiment sens ? N'y a-t-il pas de limites à ce qu'on peut proposer en bibliothèque ?

Anne Goulding résume bien la critique générale adressée à ces établissements : « *they try to be all things to all people* »²³⁰. Répondre à toutes les demandes de l'utilisateur ne

²²⁵ Bertrand, Anne-Marie, *Ouvrages et volumes : architecture et bibliothèque*. – Paris : Ed. du Cercle de la Librairie, 1997.

²²⁶ Barish, Joel. op. cit.

²²⁷ ibid.

²²⁸ A titre d'exemple, la bibliothèque de Stratford au Royaume-Uni comprend une zone de « chill out » où les usagers peuvent regarder MTV.

²²⁹ Jacquet-Triboulet, Amandine, Bonnet, Vincent. *Les bibliothèques publiques aux Pays-Bas*. BBF, 2008, t. 53, n° 1, pp. 57-63 .

²³⁰ Goulding, Anne. op. cit., p. 335.

contribue pas nécessairement à son bien-être émotionnel ou intellectuel. Il importe pour le moins de bien réfléchir à la pertinence de chaque offre, en fonction des missions que les différents établissements s'attachent. Le risque pour la bibliothèque est d'offrir la même chose que les magasins ou le secteur privé sans plus-value, sans mise en perspective. La bibliothèque doit peut-être rester une force de proposition alternative au sein de la société de consommation. En outre, cet éclectisme peut favoriser la dispersion et inciter à la négligence de fonctions fondamentales. Les nouveaux produits impliquent de leur ménager de la place (après rénovation, la bibliothèque de Rotterdam présentait ainsi 35% de moins de livres sur ses rayonnages) et de revoir la répartition des budgets. La mission d'information peut en pâtir. La rigueur intellectuelle nécessaire à la sélection d'une collection de qualité peut faire défaut, s'effaçant derrière une diversification tous azimuts devenue une fin en soi... On pourrait penser que dans ces nouveaux modèles, on pousse le livre, et surtout un certain type de livres destiné à un public intellectuel marginal, vers la sortie. Il existe des établissements à l'instar de la DOK qui considèrent le livre comme un support sans supériorité par rapports aux autres. Ils sont toutefois minoritaires. La plupart du temps, le livre continue de constituer le cœur de l'offre pour les établissements : c'est en cela qu'ils se considèrent toujours comme des bibliothèques. Une autre critique peut cependant leur être adressée. Si le divertissement peinait autrefois à franchir le seuil des bibliothèques, on a parfois aujourd'hui la sensation que l'amusement prime sur les moments de réflexion ou de lecture solitaire, qui semblent parfois connotés presque négativement. La volonté de tout ériger en expérience peut également se révéler contraignante. Il est en effet tout aussi légitime de vouloir simplement passer un moment « ordinaire » à feuilleter un journal ou à lire un livre. Le « trop-plein » peut « donner le tournis » à l'utilisateur et le pousser à évincer certaines activités plus ardues, auxquelles il se serait dans un autre contexte volontiers livré²³¹. En outre, la répartition d'activités et de niveaux sonores par zones dicte aussi en quelque sorte à l'utilisateur ce qu'il doit faire en tel endroit et peut le freiner dans sa libre investigation de l'espace. Ceci nous place face à une image contrastée de ces établissements : s'ils savent ce qu'ils ne veulent plus être, ils n'ont pas encore forcément cerné en quoi résidaient exactement leurs nouvelles missions, ni résolu certains paradoxes en particulier celui de s'avérer parfois liberticides alors qu'ils érigent la liberté de l'utilisateur en principe majeur.

3.2.2.)...ou voie de l'avenir pour les bibliothèques

Afin de bien comprendre l'émergence de ce patchwork bibliothéconomique, il est nécessaire de se replacer dans le contexte de crise que traversent actuellement les bibliothèques. En explorant de nouvelles pistes, elles cherchent aussi une justification à leur existence dans une société où l'information est dominée par Internet et à se transformer pour renforcer leur efficacité. Raoul de Haan relie la conception de la bibliothèque d'Heerhugowaard à cet état de fait. La question de la légitimité des missions a été omniprésente dans les débats présidant à la genèse de son établissement. Les différents membres de l'équipe se sont interrogés sur ce que leur bibliothèque devait être et pouvait proposer. Ils se sont demandés ce qu'il adviendrait si l'e-book se répandait prochainement à la façon des baladeurs numériques. Ils ont réévalué leurs attributions à l'aune de ce paramètre. Leur principale tâche consiste selon eux à transmettre l'information et à diffuser des contenus culturels. Il n'était donc pas question de se focaliser uniquement sur la matérialité du livre physique, même s'il

²³¹ Si le taux de fréquentation de ces établissements augmente, le taux de livres empruntés ou lus ne croît pas nécessairement.

continue à occuper une position centrale. Par ailleurs, ils ont estimé que la bibliothèque pouvait servir de lieu de rencontre, de lien entre différentes instances (écoles, associations, clubs, mairie,...). La dimension physique de la bibliothèque est donc primordiale. La mise en avant de sa matérialité s'organise dorénavant autour de nouvelles revendications. Dans les pays nordiques et anglo-saxons, cette vision nouvelle de la bibliothèque est en passe de détrôner l'ancien modèle. Ken Worpole insiste sur l'ampleur du changement radical²³². Un nouveau modèle s'esquisse à grand traits : les nouvelles bibliothèques se déclinent comme des centres d'information et de culture communautaires. Autour de cet axe commun gravitent néanmoins des familles de bibliothèques diverses qui ajoutent diverses briques « optionnelles » en fonction des priorités qu'elles se fixent : formation (Idea Stores), espaces « interactifs » dédiés aux enfants (Children X²³³ à Kolding, Library of Hundred Talents à l'OBA et Heerhugowaard) ou aux adolescents (Headspace²³⁴), pratique collaborative (notamment le projet Demotek²³⁵ en Suède), aide à la recherche d'emploi (Idea Stores), présence d'œuvres d'art (artothèque comme à la DOK), colocation avec d'autres services (Discovery Centres, Cerritos Library près de Los Angeles qui comprend un très grand aquarium, etc.), proximité d'autres instances (la bibliothèque d'Heerhugowaard partage le même bâtiment que la mairie, l'OBA sera à terme au centre d'une zone urbaine dynamique, l'« Oosterdokseiland » comprenant musées, logements, commerces, etc.), accent mis sur les nouvelles technologies (DOK), etc²³⁶. D'autres établissements encore, tout en reprenant l'ossature commune de la bibliothèque du troisième lieu, se spécialisent : ainsi la Library Ten en Finlande propose une offre très vaste et très diversifiée en musique ainsi qu'une palette d'activités s'y rapportant (concerts, conférences, émissions de radio, studios d'enregistrements, prêt d'instrument de musique, etc.). Ces établissements favorisent tous l'expérimentation, quitte à se tromper et à revenir en arrière comme le souligne Eppo van Nispen tot Sevenaer. Certains font de la veille, très pratiquée aux Pays-Bas et implémentent des projets pilotes.²³⁷ Ainsi la bibliothèque de Rotterdam se fixe pour mission d'anticiper les tendances et de regarder vers l'avenir²³⁸. Les bibliothèques d'Aarhus et de Frederikshavn au Danemark comportent des « experimentariums » destinés à réfléchir au développement de nouveaux services. A Frederikshavn, de nouveaux espaces sont testés à l'instar de l'espace « The animation » où l'on peut créer des dessins animés ou de l'espace « The

²³² Worpole, Ken. « Designing Paradise : Library Architecture in an age of lifelong learning » in : Koren, Marian. *Creating Public Paradise : Building Public Libraries in the 21st Century*. - Leidschendam : Biblion Uitgeverij, 2004, p16.

Dans l'esprit de ce qui a déjà pu être constaté dans notre travail, Ken Worpole établit une typologie distinctive entre une école bibliothéconomique traditionaliste et une un courant de pensée plus moderniste : d'une architecture classique, on passe à des bâtiments modernes, les dômes et les rotondes sont supplantés par des atriums et des cafés, les galeries et les mezzanines par des acenseurs et des escaliers roulants, les meubles institutionnels par un mobilier familial et design, les bâtiments isolés par des espaces partagés par plusieurs services. Les collections ne sont plus construites selon l'observation d'un canon culturel mais en fonction du marché culturel contemporain. La règle du silence n'est plus de mise : c'est celle du respect mutuel qui prime. On assiste à l'avènement de la bibliothèque comme « living room » de la cité.

²³³ Children X est un espace de la bibliothèque de Kolding au Danemark destiné à la mise en place d'ateliers interactifs. Il est équipé de multiples accessoires en lien avec une thématique et s'entend comme un lieu d'expérimentation et de jeu.

²³⁴ Il s'agit d'un projet britannique qui se propose de mettre à disposition des jeunes, principalement issus de milieux défavorisés, un espace, leur permettant d'expérimenter une vision totalement différente de la bibliothèque : à la fois zone de détente, d'écoute de musique, de création, mais aussi de lecture avec des « bookbars ».

²³⁵ Ce concept permet aux usagers de s'exprimer et de produire des créations à base de texte, de film ou encore d'enregistrements sonores. Cinquante bibliothèques participent à ce projet et les usagers peuvent ensuite emprunter ces créations au même titre que d'autres supports.

²³⁶ Ce panorama n'est pas exhaustif et bien d'autres bibliothèques auraient pu être cités en exemple, ainsi que d'autres « briques » ajoutées. Il sert simplement à illustrer des tendances.

²³⁷ A l'instar d'Heerhugowaard et de l'OBA avec la « bibliothèque des 100 talents » ou de la DOK en matière de jeux vidéo, qui développe de nombreux projets test.

²³⁸ Prospectus de la bibliothèque de Rotterdam.

Critic » où l'on peut enregistrer des comptes rendus ou critiques²³⁹. Il s'agit de faire de la prospection et de tenter de déterminer ce que pourrait être la bibliothèque de l'avenir. Pour cela, les bibliothèques anglo-saxonnes et nordiques n'hésitent pas à innover de manière originale.

Cette richesse créative leur permet d'établir de nouveaux modèles qui peuvent neutraliser la compétition avec l'univers marchand, selon la stratégie de l'« Océan bleu »²⁴⁰. En concevant un espace complètement nouveau à l'instar des Idea Stores ou des Discovery Centres, les bibliothèques ne se calquent plus seulement sur le marché. Cela leur assure les faveurs du public tout en les dégageant de l'emprise de services issus de l'industrie de loisirs qui proposeraient exactement la même chose qu'elle. Dans un article intitulé « Needs or Reads ? »²⁴¹, Pateman montre que le débat s'est polarisé entre un modèle de bibliothèque se focalisant sur les livres et un autre sur les besoins. Il y souligne l'importance d'atteindre un équilibre entre les deux possibilités. Toutes les bibliothèques citées mènent en effet de nombreuses actions en faveur du livre : interventions d'auteurs, clubs de lecture, présentation et mise en valeur d'ouvrages, publication de critique dans les journaux, etc. Néanmoins, la vocation sociale et communautaire est dans le même temps fortement affirmée. Il s'agit d'identifier ce que la bibliothèque peut faire pour la communauté et d'en faire un de ses pivots. A ce dessein, il importe selon le bibliothécaire britannique John Pateman de tenir compte des besoins des usagers, qui doivent être impliqués dans la conception et la définition de leurs bibliothèques afin d'inventer des établissements uniques calqués sur les nécessités d'une communauté spécifique²⁴². L'historien britannique Alistair Black met toutefois en garde contre ce type de rhétorique qui peut masquer la réalité. D'après lui, il importe en effet d'opérer une distinction entre un discours assimilant la bibliothèque publique à un moteur de la communauté, surtout en des temps où le thème de la cohésion sociale plébiscite, et la réalité. Cela pose la question du véritable usage de la bibliothèque. Peu d'individus l'utilisent en effet consciemment à des fins d'exercice civique, mais souvent à des visées récréatives²⁴³. Or, alors que les usagers ne se rendent pas dans ces bibliothèques dans ce but, les nouvelles bibliothèques favorisent le développement d'un sentiment d'appartenance communautaire, même s'il se manifeste en partie de façon inconsciente. Dans le cadre de l'étude marketing menée par le MLA au Royaume-Uni afin de redéfinir la bibliothèque et d'envisager ses missions futures, c'est nettement la vision de la bibliothèque au cœur de la communauté qui l'emporte dans la profession²⁴⁴. La mission de cohésion sociale est de plus en plus appuyée. Pour la journaliste *original reason d'être, but they can fashion another. They should give us what we really want : not scholarship, but friendship* »²⁴⁵. Il est possible que la vocation sociale supplante à terme les missions culturelles des bibliothèques. Peut-être continueront-elles à conserver leur appellation, mais la mutation en cours indique déjà que l'on est en train de s'extraire du modèle bibliothécaire *stricto sensu*. A l'heure où les pratiques se diversifient et s'individualisent, les bibliothèques doivent s'adapter aux nouvelles pratiques, mais

²³⁹ Larsen, Jonna Holmgaard. *Nordic Public Libraries in the knowledge society*. Published in 2006 by the Danish National Library Authority.

²⁴⁰ D'après ce concept, inventé par les économistes Chan Kim et Renée Maubeuge, l'entreprise afin de rester rentable dans un contexte économique tendu doit tenter d'évincer ses concurrents en leur livrant une bataille impitoyable qui « colore l'océan en rouge ». En créant toutefois un espace nouveau, vierge de compétition et novateur (par exemple : services de bibliothèque + services divers + formation), elle se libère de l'Occéan Rouge et peut prospérer dans l'Océan Bleu.

²⁴¹ Pateman John. *Needs or reads ? The U.K. Debate on the Future of Public Libraries* Feliciter, 01.11.2005.

²⁴² Pateman, John : *Barbarians at the Gates of the Public Library* by Ed d' Angelo, Library Juice Press. 2006

²⁴³ Huysmans, Frank, Hillebrink, Carlien. *The future of the Dutch public library : ten years on*. - The Hague : Netherlands Institute for Social Research /SCP, 2008, p. 30.

²⁴⁴ Mee, Sue. *Public libraries – the big marketing push*. CILIP, Archive 2005, July/August.

²⁴⁵ Lewi, Jemima. *Andy Burnham was right about libraries*. The Telegraph, 12.10.2008.

peut-être encore plus fonctionner comme des troisièmes lieux, fédérant la communauté dans un cadre chaleureux.

3.3) LES CHEMINS DU TROISIEME LIEU EN FRANCE

En France, le modèle de la bibliothèque troisième lieu n'est pas encore aussi répandu. Néanmoins, le passage de la bibliothèque à la médiathèque a introduit ce concept en germe et de nouvelles bibliothèques s'y ouvrent. Une bibliothèque française a très tôt et de façon pionnière incarné ce modèle. La Bpi, du moins jusqu'à son dernier réagencement en 2000, proposait ainsi une organisation spatiale en « petites villages »²⁴⁶ favorisant une ambiance chaleureuse. Conformément à la vision d'Oldenburg, la Bpi recouvre pour certains usagers²⁴⁷ un aspect thérapeutique, elle agit comme « lieu-ressource »²⁴⁸ que des médecins recommandent à leurs patients dans un processus de resocialisation. Elle n'est pas seulement considérée par ses familiers comme une bibliothèque, mais également comme lieu de vie, ménageant des espaces de sociabilité à l'instar de la cursive, dont la fonction première a été détournée à cet effet par les usagers. Les habitués peuvent retrouver à la Bpi un environnement humain, des visages familiers, entrer en interaction avec les autres, échanger. D'aucuns avancent même que des liens plus forts auraient pu se nouer si la conversation y avait été ouvertement autorisée²⁴⁹. La Bpi suscite l'engouement et se voit même qualifiée par certains de « monde partagé » ou de « maison magique », qui « rend heureux »²⁵⁰. Brassant des usagers issus de tous les horizons, de tous les milieux et de tous les pays, elle se veut un endroit ouvert sur le monde. Elle est en outre perçue comme un espace accessible et aux yeux des habitués comme un endroit populaire non-discriminant, favorisant la cohésion sociale. Elle revêt une fonction démocratique et véhicule des « valeurs morales et républicaines »²⁵¹. Tout en mettant à disposition une offre culturelle de grande qualité, elle opère également comme lieu de détente, de divertissement, de liberté, où l'on peut opter pour des espaces plus ou moins bruyants et des pratiques variées. On peut y lire, y étudier, être avec les autres ou simplement profiter du lieu. Ses architectes, Piano et Rogers, affirment d'ailleurs avoir voulu « rompre avec une conception figée de la culture pour rechercher une définition plus souple et ludique »²⁵². Elle permet à ses usagers de « fréquenter un lieu de culture tout en restant en prise avec le vivant, c'est-à-dire sans rompre un certain type de contact avec le réel, un contact moulé sur la forme même de la vie (le bruit, les rencontres, la conformation à d'autres façons de faire »²⁵³. Elle leur fournit un ancrage physique et émotionnel et agit peut-être comme un troisième lieu dans une acception encore plus fidèle à Oldenburg que d'autres bibliothèques modernes, dans le sens où elle ne recourt pas au marketing. Cela dit, Beaubourg a servi de modèle aux Idea Stores de Londres, très inspirés par des stratégies issues du marketing. Leur architecte, David Adjaye, revendique ouvertement cette filiation, et n'hésite pas à nommer l'Idea Store de Whitechapel « le centre Pompidou de l'Est de

²⁴⁶ Entretien avec Philippe Guillaume, Chargé de collection Musiques à la Bpi.

²⁴⁷ Christophe Evans, Agnès Camus et Jean-Michel Cretin présentent dans une étude mentionnée plus haut la façon dont les habitués appréhendent la Bpi. Une enquête qualitative a été réalisée en 1997 afin de recueillir leurs témoignages.

²⁴⁸ Evans, Christophe, Camus, Agnès, Cretin, Jean-Michel. *Les habitués. Le microcosme d'une grande bibliothèque.* - Paris : Bpi / Centre Georges Pompidou, 2000, p 15.

²⁴⁹ Ibid., p. 53.

²⁵⁰ Ibid., pp. 75-78.

²⁵¹ Ibid., p. 112.

²⁵² Ibid., p 23.

²⁵³ Ibid., p. 99.

Londres »²⁵⁴. Beaubourg et sa bibliothèque se révèlent également une source d'inspiration privilégiée pour le projet de future médiathèque publique de L'Eurométropole²⁵⁵ à Lille. Celui-ci se veut innovant et moderne. Il ambitionne de proposer aux usagers une offre élargie et des services diversifiés, notamment en matière de formation, en s'inspirant du modèle anglo-saxon de « longlife learning center » (et des Idea Stores), en collaboration avec des partenaires locaux du monde de l'éducation. La médiathèque est envisagée comme lieu de formation, d'information, de divertissement, d'échange. Un cinéma, une artothèque, un pôle Image, un espace d'exposition, une librairie, des salles de réunion et deux auditoriums, lieux de débat et de conférences, pourraient y être intégrés. De multiples partenaires, comme des centres culturels étrangers, pourraient y être associés. L'OBA, (dont des photos illustrent le document) semble être revendiquée comme modèle : les horaires devraient être fortement étendus et la médiathèque devrait accueillir un café ainsi qu'un espace de restauration. Si ce projet se révèle en France particulièrement novateur, la culture du café en bibliothèque semble toutefois se frayer un chemin de plus en plus large chez nous. A Bobigny, Bordeaux, Amiens ou Orléans existent déjà depuis un certain temps des espaces de détente-caféterias²⁵⁶. La bibliothèque de la Part-Dieu à Lyon a intégré depuis peu un café et la très récente médiathèque Marguerite Yourcenar dans le quinzième arrondissement de Paris, une zone munie de tables et de machines à café donnant sur un jardin. La bibliothèque de Montpellier prévoit l'ouverture prochaine d'un café. « Pas de B.M. sans bistrot »²⁵⁷ semble devenir le nouvel adage. La tendance est au café et aux nouveaux usages sociaux qu'il favorise. Est-ce à dire que l'avènement de la bibliothèque troisième lieu se prépare en France ?

Certaines bibliothèques, à l'instar de celle de Limoges, en sont déjà l'incarnation. Pour Daniel Legoff²⁵⁸, son directeur, la BFM (Bibliothèque francophone multimédia de Limoges), dont le bâtiment cohabite avec un café et partage avec lui des portes communes, fonctionne comme un espace citoyen. Elle constitue un lieu de rencontre essentiel pour les Limougeauds. Avec 55 000 inscrits sur 137 000 habitants, elle opère comme un lieu-phare où les résidents se donnent rendez-vous, au-delà de l'emprunt de documents. De nombreux usagers montrent la bibliothèque à leurs proches quand ceux-ci leur rendent visites. La BFM fait partie de l'identité de la ville, au même titre que ses autres emblèmes touristiques. Des couples font même réaliser leurs photographies de mariage dans son jardin d'hiver. Des groupes de personnes âgées se retrouvent quotidiennement à la bibliothèque. Elles disent se sentir moins seules qu'à la maison, « être mieux ici avec les copines » comme le relate Daniel Legoff qui a engagé la conversation avec elles. Des personnes qui se sont rencontrées grâce aux réseaux sociaux virtuels se retrouvent à la bibliothèque et demandent parfois à y organiser des apéritifs. Daniel Legoff est favorable à toutes ces pratiques. Pour lui, c'est au bâtiment de se prêter aux gens et à leurs usages, et non l'inverse. Comme l'acoustique du bâtiment de Pierre Riboulet est particulièrement bonne, elle facilite en outre la cohabitation de différents modes de vivre-ensemble. Les gens qui discutent dans leurs coins ne dérangent pas les lecteurs ni les nombreux étudiants qui peuplent la bibliothèque. L'usage du téléphone portable ne pose pas non plus de problème. Selon Daniel Legoff, « le métier c'est les gens » et la bibliothèque doit être en premier lieu un

²⁵⁴ Moore, Rowan, « The East End's own Pompidou Centre ; Architect David Adjaye has designed a bold beautiful building for Whitechapel that perfectly marries form and function », Evening Standard, 27.09.2005.

²⁵⁵ Informations recueillies par Anne-Julia Jung-Appel, DCB 17, dans le cadre de son mémoire d'étude.

²⁵⁶ Ouvrages et volumes, p 194

²⁵⁷ Slogan d'une jeune bibliothécaire stagiaire repris par Martine Burgos dans une contribution intitulée « Sociabilités et symboliques : lire, boire et manger. » (in : Burgos, Martine, Evans, Christophe, Buch, Esteban. *Sociabilité du livre. Trois études sur la sociabilité du livre.* - Paris : Bpi / Centre Georges Pompidou, 1996, p 213-214.)

²⁵⁸ Entretien avec Daniel Le Goff.

espace de convivialité, de détente. De nombreuses actions et projets favorisent d'ailleurs une culture collaborative sous forme de clubs (BD, lecture, terroir...) et remportent l'adhésion du public. Selon Daniel Legoff, il est important d'intégrer de plus en plus les usagers dans le fonctionnement de la bibliothèque. Des salles de réunion sont mises à disposition des associations. L'auditorium et les salles de conférences sont très sollicités par des associations culturelles et des groupes divers. En 2007, une très riche programmation autour de l'Arménie a ainsi été bâtie en collaboration avec des usagers. Il s'agit d'être à l'écoute des usagers, de décrypter leur demandes, sans être élitiste. D'après Daniel Legoff, la bibliothèque est un espace social qu'il ne faut pas stériliser, il a une vocation communautaire et doit être en phase avec la vie quotidienne des individus. Une nouvelle annexe à proximité d'un centre commercial verra ainsi bientôt le jour. La bibliothèque de Limoges ne rechigne pas à employer des techniques propres à l'univers marchand et les outils marketing l'aident à atteindre ses objectifs. Daniel Legoff envisage d'ailleurs d'implanter sa bibliothèque prochainement sur MySpace ou Facebook, « là où sont les gens ». La bibliothèque a lancé il y a peu un concours vidéo pour les dix ans de la BFM, dont le but est de rassembler des « biblioclips », des petits films évoquant la bibliothèque de Limoges. Les lots à gagner sont alléchants : matériel vidéo ou informatique, lecteurs MP3, etc. Là aussi, il s'agit d'impliquer de façon ludique les usagers à la conception de la bibliothèque. La BFM a également initié une campagne de publicité dont l'objectif est de communiquer sur les valeurs véhiculées par la BFM. Si l'équipe avait songé d'abord à des propositions du type « La bibliothèque fait partie de la vie à Limoges » ou « I love BFM », c'est finalement la devise « liberté, égalité, fraternité » qui a été retenue et associée à d'autres slogans dans une série de six affiches²⁵⁹. La BFM veut se montrer accessible à tous et démocratique. La liberté quels que soient les origines et les statuts des usagers (« On ne demande pas ses papiers à Pierre ») est affirmée, l'égalité revendiquée par l'accent mis sur la gratuité et la fraternité soulignée par l'évocation de la mission sociale de l'établissement. « Comme à la maison » en terme de confort, d'accessibilité, de convivialité et de partage disent les affiches. Les déclinaisons bibliothéconomiques du troisième lieu semblent donc appelées à fleurir en France à l'avenir. Il ne s'agira pas, sans doute, d'application stricte des exemples anglo-saxons, scandinave et hollandais : elles connaîtront une adaptation autre, propre à notre modèle culturel et surtout aux besoins des collectivités d'usagers qu'elles desservent.

²⁵⁹ Nous ne pouvons reproduire les affiches dans le cadre de ce travail, mais elles figurent sur le site de la BFM à l'adresse : http://www.bm-limoges.fr/livre_affiche/index.html

Conclusion

La France n'est pas réfractaire à l'absorption du modèle de la bibliothèque troisième lieu, mais il faudra encore faire bouger les lignes et préparer le terrain culturel. Bruno Maresca met en lumière à la fin de son ouvrage que l'image des bibliothèques, leur potentiel d'attractivité, leur aptitude à être perçue également comme des « lieux de loisirs et de convivialité » sera décisif pour leur pérennité à l'avenir. Selon le sociologue, les médiathèques françaises doivent parachever leur émancipation du modèle élitiste dont elles véhiculent encore des éléments. Suivant l'évolution constatée au Royaume-Uni, aux Etats-Unis ou dans les pays nordiques, la mutation en « centres de la vie culturelle de proximité », qui renoncent à un mode monofonctionnel, pourrait présenter une voie de prospérité.²⁶⁰ Les bibliothèques françaises et anglo-saxonnes ou nordiques ne sont pas issues des mêmes traditions conceptuelles. Ces deux dernières aires culturelles favorisent l'empirisme et le pragmatisme de l'approche bibliothéconomique, la *cost-effectiveness*²⁶¹, la prise en compte des besoins des usagers dans la définition de l'offre, la fonctionnalité des espaces et font de la vocation sociale un élément central du renouvellement de la bibliothèque. La superposition des concepts de troisième lieu et de bibliothèque se fonde sur cette caractéristique, qui dispute la primauté aux ambitions culturelles. Dans le même temps, les bibliothèques troisième lieu présentent peut-être l'opportunité d'encourager un autre rapport à la culture et au livre, une nouvelle sociabilité culturelle, plus ouverte et plus lisible pour les usagers.

Il ne faut toutefois pas tomber dans les pièges que peut présenter le modèle de bibliothèque troisième lieu. S'il importe d'associer les usagers au fonctionnement, voire à la conception de la bibliothèque, de les impliquer dans la vie de l'établissement, leur proposer exactement ce qu'ils désirent pourrait s'avérer vain, si un projet d'établissement n'est pas clairement défini. Les bibliothèques ne doivent pas nécessairement céder aux sirènes de la facilité. Tout en privilégiant une accessibilité accrue, elles peuvent conserver leur rôle d'architecte de l'information, et comme le suggère Zeewald remplir une fonction « éditoriale »²⁶². Elles peuvent ainsi contribuer à éclairer la complexité du monde, à tisser des liens intelligibles, sans pour autant imposer un sens. Les bibliothèques peuvent rester des universités du coin de la rue comme le revendiquent encore les Idea Stores, où usagers et bibliothécaires interagissent en bonne intelligence. Les bibliothèques troisième lieu se veulent avant tout des établissements centrés sur les besoins de leurs usagers. Michel Melot désamorce le conflit entre les partisans de cette approche et les défenseurs d'une position plus traditionaliste en proposant une vision multiple des établissements : « *La solution est pourtant simple comme l'œuf de Colomb : il faut distinguer les bibliothèques qui se donnent comme mission prioritaire la conservation des documents, au détriment des lecteurs, de celles qui se donnent pour mission de servir d'abord les lecteurs au détriment des livres* »²⁶³. Selon lui « *Il faut inventer non pas une bibliothèque d'un type entièrement nouveau,*

²⁶⁰ Maresca. op. cit. pp. 240-243.

²⁶¹ Terme anglais désignant le rapport coût-performance.

²⁶² La Bibliothèque peut fonctionner à la façon d'un « éditeur invisible » en sélectionnant sans élitisme des connaissances issues de supports et d'activités variées, en les mettant en corrélation et en les valorisant.

²⁶³ Melot, Michel. op. cit., p. 66.

mais plusieurs, répondant à la fois à la multiplicité des demandes et à l'organisation des cultures »²⁶⁴ Il n'est pas question d'évacuer ou de décourager les aspirations culturelles plus fortes de certains usagers, mais de dégager la culture de la gangue glacée et austère qu'elle peut présenter pour certains usagers moins rompus à ses codes afin de la leur rendre chaleureuse et vivante.

Durant cette période de recherche et d'enquête passionnante, l'enthousiasme des bibliothécaires hollandais, s'est révélé communicatif. Dans un tel contexte, les stratégies marketing déployées ne nous semblent pas contraires à l'esprit du troisième lieu ; elles le mettent plutôt à l'honneur. Toutefois, le modèle nécessiterait une analyse plus critique et plus fouillée. L'emploi des outils marketing, la panoplie des services développés en ligne, l'ambition sociale et les dérives qu'elle peut induire, la culture participative ou le parti pris « physique » pourraient faire l'objet de travaux spécifiques. Enfin, il conviendrait d'étudier l'application du modèle de bibliothèque troisième lieu dans le champ universitaire où il connaît un succès croissant, notamment en Angleterre, à l'instar du fameux Saltire Centre de Glasgow. Aux Pays-Bas, on pense à la non moins célèbre bibliothèque de l'Université Technologique à Delft. En Suisse, il faudra compter avec l'ouverture du Rolex Learning Center Lausanne, véritable établissement de pointe, conjuguant à la fois technologie et lieu de vie. Ces quelques exemples ouvrent de multiples perspectives invitant à poursuivre l'observation et l'analyse.

²⁶⁴ Melot, Michel, « La géopolitique des bibliothèques ». in : *Ouvrages et volumes : architecture et bibliothèques*. – Paris : Ed du Cercle de la Librairie, 1997, pp. 97-112.

Bibliographie

Nous avons opté pour une bibliographie thématique. Au sein de chaque regroupement, les supports sont listés par ordre alphabétique.

BIBLIOTHEQUES EN FRANCE

BERTRAND, Anne-Marie, *Ouvrages et volumes : architecture et bibliothèque.* – Paris : Ed. du Cercle de la Librairie, 1997. (Bibliothèques)
ISBN 2-7654-0657-X

BERTRAND, Anne-Marie. *Mais à quoi servent vraiment les bibliothèques municipales ? (1)*. BBF, 2004, t. 46 n°6, p. 86.

BURGOS, Martine, EVANS, Christophe, BUCH, Esteban. *Sociabilité du livre. Trois études sur la sociabilité du livre.* - Paris : Bpi / Centre Georges Pompidou, 1996. (Etudes et recherche)
ISBN 2-902706-96-0

DAVID, Bruno. *Le manège enchanté des bibliothécaires*. BBF, 2004, t.49, n°6, pp.87-97.

EVANS, Christophe, CAMUS, Agnès, CRETIN, Jean-Michel. *Les habitués. Le microcosme d'une grande bibliothèque.*- Paris : Bpi / Centre Georges Pompidou, 2000. (Etudes et recherche)
ISBN 2-84246-043-X

GAUTIER-GENTES, Jean-Luc : *Délices et supplices. I. Délices*. BBF, 2005, t. 50, n°2, p. 63-72.

GAUTIER-GENTES, Jean-Luc : *Délices et supplices. II. Supplices*. BBF, 2005, t. 50, n°3, p. 58-68.

MARESCA, Bruno. *Les bibliothèques municipales après le tournant Internet : attractivité, fréquentation et devenir*. Avec la collaboration de Christophe Evans et Françoise Gaudet. - Paris : Bpi / Centre Georges Pompidou, 2007. (Etudes et recherche)
ISBN 978-2-84246-103-4

MELOT, Michel. *La sagesse du bibliothécaire*. - Paris : L'œil neuf éditions, 2004. (Sagesse d'un métier)
ISBN 2-915543-03-8

POULAIN, Martine. “L’effet médiathèque: quelle culture pour quels publics?”, in : Seibel, Bernadette (dir.). *Lire, faire lire. Des usages de l’écrit aux politiques de lecture : colloque "la Bibliothèque dans la ville" Marseille, 20-21 novembre 1994 organisé par la Bibliothèque municipale de Marseille, l’Observatoire France-Loisirs de la lecture et le Monde diplomatique.* - Paris: Le Monde Editions, 1994, pp. 225-238.
ISBN 2-87899-114-1

PURAVET, Odile: *Nouveaux publics, nouveaux usages. Tendances nationales et réalités locales.* BBF, 2007, t. 52, n°2, p. 105-106.

VAILLANT, Emilia, SINGLY (de), François. “L’espace public”, in Blanc-Montmayeur, Cabannes Viviane et alii : *Le musée et la bibliothèque, vrais parents ou faux amis?* - Paris : Bpi / Centre Georges Pompidou, 1997, pp. 101-129. (Etudes et recherche) ISBN 2-84246-016-2

BIBLIOTHEQUES EN EUROPE

ANDERSON, John, FRANDSEN, Martin, HEDELUND, Lone. *From ‘book container’ to community centre.* [en ligne] Scandinavian Public Library Quarterly, Volume 40, n°3, 2007. Disponible sur : http://www.splq.info/issues/vol40_3/03.htm
(Consulté le 23 septembre 2008)

BERNDTSON, Maija. *The changing library.* [en ligne] Scandinavian Public Library Quarterly. Volume 36, n°3, 2003. Disponible sur : www.splq.info/issues/vol36_3/03.htm
(Consulté le 15 octobre 2008)

BERNDSTON, Maija. *The role of the public library as a space of the future.* [en ligne] Scandinavian Public Library Quarterly. Volume 36, n°3, 2003. Disponible sur : www.splq.info/issues/vol36_3/03.htm
(Consulté le 15 octobre 2008)

BERNDTSON, Maija. *A space for the future – Library Buildings in the 21st Century.* [en ligne] Scandinavian Public Library Quarterly. Volume 35, n°4, 2002. Disponible sur : www.splq.info/issues/vol35_4/09.htm
(Consulté le 15 octobre 2008)

GLOSIONE, Audrone, PALEKAS Rolandas et KRIVIENE, Irena. *Le Centre de communication des savoirs. Une bibliothèque pour le XXI^e siècle.* BBF, t. 52, n°1, 2007.

JOCHUMSEN, Henrich. *Nordic view on the US. Library and community. The American Way.* [en ligne] Scandinavian Public Library Quarterly. Volume 40, n°3, 2007. Disponible sur : http://www.splq.info/issues/vol40_3/11.htm
(Consulté le 23 octobre 2008)

KOREN, Marian, (dir.). *Working for Five Star Libraries. International Perspectives on a century of public library library advocacy and development.* - Den Haag : Vereniging openbare bibliotheken / Biblion, 2008.
ISBN 978-90-5483-829-6

KOREN, Marian. *A la recherche d'un programme pour les bibliothèques européennes.* ABF, 2005, n°22, p. 25-30.

KOREN, Marian. Dossier Europe 27. BBF, 2008, t. 53, n°1, pp. 25-33.

LARSEN, Jonna Holmgaard. *Nordic Public Libraries in the knowledge society.* [en ligne] Published in 2006 by the Danish National Library Authority. Disponible sur :
<http://www.bs.dk/publikationer/english/nnpl/pdf/nnpl.pdf>
(Consulté le 21 décembre 2008)

NAATSAARI, Inkeri. *Information, experience and learning centre.* [en ligne] Scandinavian Public Library Quarterly. Volume 40, n°4, 2007. Disponible sur :
http://www.splq.info/issues/vol40_4/02.htm
(Consulté le 15 octobre 2008)

PIHL, Tina. *Young people's dream library.* [en ligne] Scandinavian Public Library Quarterly. Volume 40, n°4, 2007. Disponible sur :
http://www.splq.info/issues/vol40_1/04.htm
(Consulté le 15 octobre 2008)

POULSEN, Ann K., BROSTRÖM, Cajsa. *Recent library developments.* [en ligne] Scandinavian Public Library Quarterly. Volume 35, n°3, 2002. Disponible sur :
www.splq.info/issues/vol35_3/11.htm
(Consulté le 15 octobre 2008)

SKOT-HANSEN, Dorte. *The hybrid library.* [en ligne] Scandinavian Public Library Quarterly. Volume 35, n°4, 2002. Disponible sur :
http://www.splq.info/issues/vol35_4/05.htm
(Consulté le 15 octobre 2008)

BIBLIOTHEQUES ET DEBAT ANGLAIS

ANONYME. *Public libraries. Writing on the wall.* [en ligne] The Guardian, Editorial, 20.10.2008. Disponible sur :
<http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2008/oct/20/leadersandreply-libraries-andy-burnham>
(Consulté le 4 novembre 2008)

ARIFA, Akbar. *'Sombre' libraries need chatter and coffee shops, minister says.* [en ligne] The Independent, 09.10.2008. Disponible sur :
<http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/books/news/sombre-libraries-need-chatter-and-coffee-shops-minister-says-955493.html>
(Consulté le 12 octobre 2008)

BBC NEWS. *Librarian call for change.* [en ligne] BBC, interview de Sue McKenzie, 09.10.08. [reportage vidéo]. Disponible sur:
http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/england/7662390.stm
(Consulté le 26 décembre 2008)

BBC NEWS. *Speak up ! Libraries turn new page.* [en ligne] BBC News, 19.09.2008. Disponible sur : http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/england/london/7625917.stm
(Consulté le 2 octobre 2008)

BBC NEWS. *Library borrowing still declining.* [en ligne] BBC News, 13.01.2005. Disponible sur:
<http://209.85.129.132/search?q=cache:0mDVHg3l1J8J:news.bbc.co.uk/1/hi/scotland/4169991.stm+libraries+bbc+2005&hl=fr&ct=clnk&cd=1&gl=fr&client=firefox-a>
(Consulté le 29 août 2008)

BEATTIE, Jason. *Starbucks should open coffee shops in libraries say ministers.* [en ligne] The Mirror, 10.10.2008. Disponible sur le site:
<http://www.mirror.co.uk/news/top-stories/2008/10/10/starbucks-should-open-coffee-shops-in-libraries-say-ministers-115875-20790131/>
(Consulté le 24 octobre 2008)

BROWN, Andrew. *Andy Burnham: a barbarian.* [en ligne] The Guardian, 10.10.2008. Disponible sur le site:
www.guardian.co.uk/commentisfree/2008/oct/10/andyburnham
(Consulté le 12 octobre 2008)

BROWN, Lyn. *Stop worrying about coffee, computers and chatter.* [en ligne] The Guardian, 04.11.2008. Disponible sur le site:
<http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2008/nov/04/lyn-brown-libraries-mla>
(Consulté le 9 novembre 2008)

BURNHAM, Andy. *Andy Burnham's speech to the Public Libraries Association.* [en ligne] DCMS (Department for Culture, Media and Sport), 09.10.2008. Disponible sur:
http://www.culture.gov.uk/reference_library/minister_speeches/5535.aspx
(Consulté le 22 décembre 2008)

COATES, Tim. « *The good library blog* ». Blog disponible sur : <http://www.goodlibraryguide.com/blog/>, dernière mise à jour 28 décembre 2008 (consulté le 28 décembre 2008).

COATES, Tim. *Who's in charge ? Responsibility for the Public Library Service.* [en ligne] Publié par Libri en avril 2004. Disponible sur : <http://www.goodlibraryguide.com/libri/WhoInCharge.pdf>
(Consulté le 3 septembre 2008)

COREN, VICTORIA. *If I wanted a cup of coffee, I'd go to a cafe, not a library.* [en ligne] The Observer, 12.10.2008. Disponible sur : www.guardian.co.uk/culture/2008/oct/12/1
(Consulté le 13 octobre 2008)

DAVIES, Steve. *Taking stock : the future of our public library service.* [en ligne] Cardiff University, Unisson, September 2008. Disponible sur : <http://www.unison.org.uk/acrobat/17301.pdf> (Consulté le 5 décembre 2008)

DCMS (Department for Culture, Media and Sport). *Framework for the Future : Libraries, Learning and Information in the Next Decade.* [en ligne] DCMS, 2003. Disponible sur : www.culture.gov.uk/reference_library/publications/4505.aspx (Consulté le 14 novembre 2008)

DOGLIANI, Sergio. *Les Idea Stores : une nouvelle approche de la bibliothèque et de l'accès à la connaissance.* [en ligne]. *BBF*, 2008, t.53, n°1, pp.69-72.

EIMER, Wieldraaijer. *Op zoel naar de woow.* *Winchester Discovery Center.* *Bibliotheekblad*, 7, 2008.

GOULDING, Anne. *Public libraries in the 21st Century. Defining Services and Debating the Future.* - Hampshire : Ashgate, 2006. ISBN 0-7546-4286-0

HAMILTON, Fiona. *Public libraries open way for drinks, snacks and mobiles.* [en ligne] *The Times*, 19.09.2008. Disponible sur : <http://www.timesonline.co.uk/tol/news/uk/education/article4783690.ece> (Consulté le 3 octobre 2008)

HAMPSHIRE CITY COUNCIL. *Discovery Centre programme : regenerating libraries.* [en ligne] DCMS. Disponible sur le site : <http://www.idea.gov.uk/idk/aio/900709> (Consulté le 23 octobre 2008)

HANLEY, Lynsey. *A little less conversation.* [en ligne] *The Guardian*, 11.10.2008. Disponible sur le site : <http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2008/oct/11/britishidentity> (Consulté le 16 octobre 2008)

IRVINE, CHRIS. *Libraries should encourage « chatter » and have coffee shops, says Andy Burnham.* [en ligne] *The Telegraph*, 9.10.2008. Disponible sur : www.telegraph.co.uk/news/uknews/3163366/Libraries-should-encourage-chatter-and-have-coffee-shops-says-Andy-Burnham.html (Consulté le 12 octobre 2008)

LEWIS, JEMIMA. *Andy Burnham was right about libraries.* [en ligne] *The Telegraph*, 12.10.2008. Disponible sur : <http://www.telegraph.co.uk/comment/3562771/Andy-Burnham-was-right-about-libraries.html> (Consulté le 16 octobre 2008)

LITTLE, Alison. *Anger at 'cafe libraries' plan.* [en ligne] *The Daily Express*, 10.10.2008. Disponible sur :

www.express.co.uk/posts/view/65393/Anger-at-cafe-libraries-plan
(Consulté le 17 octobre 2008)

McKEE, Bob. *I read the news today, oh boy...* [en ligne] Blog From the Chief'executive Desk de Bob McKee, 11.10.2008. Disponible sur :
<http://communities.cilip.org.uk/blogs/cesdesk/archive/2008/10/11/i-read-the-news-today-oh-boy.aspx>
(Consulté le 13 octobre 2008)

McKenzie, Sue, CATHERWOOD, Christopher, WATSON, Maz. *A noisy library is a joyful thing.* [en ligne] Timesonline, 24.10.2008. Disponible sur :
<http://www.timesonline.co.uk/tol/comment/letters/article4812000.ece>
(Consulté le 10 octobre 2008)

MLA (Museums Libraries Archives Council). *Framework for the Future : MLA Action Plan for Public Libraries – « towards 2013 »* [en ligne] MLA, 2008. Disponible sur :
http://www.kingston.gov.uk/mla_library_action_plan.pdf
(Consulté le 14 novembre 2008)

MOORE, Rowan, « *The East End's own Pompidou Centre ; Architect David Adjaye has designed a bold beautiful building for Whitechapel that perfectly marries form and function* », Evening Standard, 27.09.2005.

MORRIS, Matthew. *Is a noisy library a happy library ?* [en ligne] BBC, 10.10.08. Disponible sur :
www.bbc.co.uk/london/content/articles/2008/10/09/libraries_feature.shtml
(Consulté le 12 octobre 2008)

MUIR, Kate. *We need books to sink our teeth into, not burgers.* [en ligne] The Times, 19.09.2008. Disponible sur :
http://www.timesonline.co.uk/tol/life_and_style/education/article4783704.ece
(Consulté le 3 octobre 2008)

ORR, DEBORAH. *A trip to the library should be inspiring.* [en ligne] The Independent, 26.10.2004. Disponible sur :
www.independent.co.uk/opinion/commentators/deborah-orr/a-trip-to-the-library-should-be-inspiring-545052.html
(Consulté le 18 octobre 2008)

PATEMAN, John. *Barbarians at the Gates of the Public Library by Ed D'Angelo, Library Juice Press, 2006. Reviewed by John Pateman.* [en ligne] Information for social change. Disponible sur le site:
http://209.85.129.132/search?q=cache:9nndZd-FwnwJ:www.libr.org/isc/occasional_papers/Barbarians%2520at%2520the%2520Gates%2520of%2520the%2520Public%2520Library.html+Barbarians+at+the+Gates+of+the+Public+Library+Pateman&hl=fr&ct=clnk&cd=5&gl=fr&client=firefox-a
(Consulté le 12 novembre 2008)

PATEMAN, John. *Reads or needs ? The U.K. Debate on the Future of Public Libraries* [en ligne] Feliciter, 01.11.2005. Disponible sur : <http://www.highbeam.com/doc/1P3-947810801.html> (Consulté le 25 novembre 2008)

SEXTON, John. *The sound of silence is all we want in our libraries.* [en ligne] Evening Standard, 26.09.2008. Disponible sur : www.thisislondon.co.uk/standard/article-23560632-details/The+sound+of+silence+is+all+we+want+in+our+libraries/article.do (Consulté le 10 octobre 2008)

TOWER HAMLETS BOROUGH COUNCIL. *A library and lifelong learning Strategy for Tower Hamlets.* [en ligne] London : Tower Hamlets Borough Council, 2002. Disponible sur : http://www.ideastore.co.uk/public/documents/PDF/A_Library_and_Lifelong_Learning_Development_Strategy_for_Tower_Hamlets.pdf (Consulté le 28 août 2008)

BIBLIOTHEQUES HOLLANDAISES

BOEKESTEIJN, Erik. *Discover Innovations at DOK, Holland's 'Library Concept Center'* [en ligne] Marketing Library Service, Vol. 22 No. 2 — Mar/Apr 2008. Disponible sur : www.infotoday.com/mls/mar08/Boekesteijn.shtml (Consulté le 8 janvier 2009)

BRUIJNZEELS, Rob. *Bibliothèques 2040.* [en ligne] ABDP, 24.08.2005. Disponible sur : <http://www.adbdp.asso.fr/Bibliothèques-2040> (Consulté le 6 octobre 2008)

HUYSMANS, Frank, HILLEBRINK, Carlien. *The future of the Dutch public library : ten years on.* - The Hague : Netherlands Institute for Social Research /SCP, 2008. ISBN 978-90-377-0380-1

JACQUET-TRIBOULET, Amandine, BONNET, Vincent. *Les bibliothèques publiques aux Pays-Bas.* BBF, 2008, t. 53, n° 1, pp. 57-63 .

KOREN, Marian. *Creating Public Paradise : Building Public Libraries in the 21st Century.*- Leidschendam : Biblion Uitgeverij, 2004. ISBN 9054835702.

KOREN, Marian. *Les bibliothèques publiques aux Pays-Bas* », Bulletin d'informations de l'ABF, 2001, n° 192.

KORVER, Steve. *Amsterdam 2009.* – London :TimeOut Shortlist, 2008. ISBN 978184670097-2

LEVINE, Jenny. *Visiting the Most Modern Library in the World.* [en ligne] The shifted Librarian, blog de Jenny Levine, 19.03.08. Disponible sur : <http://theshiftedlibrarian.com/archives/2008/03/19/visiting-the-most-modern-library-in-the-world.html>

(Consulté le 20 octobre 2008)

MEIJR, Frans. La bibliothèque de Rotterdam au cœur de la cité. *BBF*, 2000, t. 45, n°5, pp. 81-85.

ROMER, Herrman, SCHMID-FRÖHLICH, Heidi, HERTNER-KASER, Marianne et alii. *Les bibliothèques «tendance» – voyage de formationaux Pays-Bas.* [en ligne] SAB-INFO-CLP 2/2007, pp. 5-11. Disponible sur :

http://www.sabclp.ch/images/stories/info/sab-info_2_07.pdf

(Consulté le 12 décembre 2008)

SCHWARTZ, Ineke. *A place of discovery : The public library of Rotterdam.* [en ligne] Ohio Libraries, Spring 2001. Disponible sur :

http://findarticles.com/p/articles/mi_qa3978/is_/ai_n8941947

(Consulté le 20 octobre 2008)

TOMESEN, Su : *Ode to the OBA.* - SU ME PROD, 2007. [film / projection à l'OBA du 8 novembre 2008]

TROELSTRA, Marijke. *The library of 100 Talents. Towards a new concept for children's libraries.* [en ligne] Présentation PDF, disponible sur :

www.biblioteksforeningen.org/konferens/Konf2004/biblioteksdgr/MarijkeTroelstra.ppt

(Consulté le 14 décembre)

VALK, John. *La modernisation de la bibliothèque publique hollandaise et l'influence du non-livre.* [en ligne] 64^e Conférence Générale de l'IFLA, 21 août 1998. Disponible sur le site de l'IFLA à l'adresse suivante : www.ifla.org/IV/ifla64/156-117f.htm

(Consulté le 15 octobre 2008)

TROISIEME LIEU ET BIBLIOTHEQUE TROISIEME LIEU

BLACK, Alistair. « Socially controlled space or public sphere 'third place' ? Adult reading rooms in early British public libraries ». in : Koren, Marian, (dir.). *Working for Five Star Libraries. International Perspectives on a century of public library library advocacy and development.* - Den Haag : Vereniging openbare bibliotheken / Biblion, 2008, pp. 27-41.

BUNDY, Alan. *Capitalising on social capital...(public libraries as contributors to social equity)* [en ligne] Australian Public Libraries and Information Services, 01.06.2003. Disponible sur : <http://www.highbeam.com/doc/1G1-104550598.html>

(Consulté le 30 octobre 2008)

BUNDY, Alan. *The modern public library : the best investment your community can make.* [en ligne] Friends of Libraries Australia (Fola).

Disponible sur : <http://www.fola.org.au/pdfs/modernpubliclibrary.pdf>

(Consulté le 12 novembre 2008)

HARRIS, Cathryn. *Libraries with lattes : the new third place (coffee shops).* [en ligne] Australian Public Libraries and Information Services. December 1, 2007

Disponible sur :

<http://www.thefreelibrary.com/Libraries+with+lattes:+the+new+third+place.-a0172010485>

(Consulté le 20 octobre 2008)

HARRIS, Kevin. *Your third place or mine ? Public libraries and local communities.* [en ligne] Public library journal, 18(2), 2003, p 26-29.

Disponible sur : http://local-level.org.uk/uploads/your_third_place.pdf

(Consulté le 7 janvier 2009)

HILLENBRAND, Candy. *Public libraries as developers of social capital.* [en ligne] Australian Public Libraries and Information Services, 01.03.2005.

Disponible sur : <http://www.highbeam.com/doc/1G1-130568227.html>

(Consulté, le 20 octobre 2008)

KOREN, Marian. *Creating Public Libraries in Europe. Approaches in Library Architecture,* Texte d'une conférence donnée par Marian Koren, en Juin 2008 à Athènes [en ligne] Disponible sur le site de l'institut Goethe à l'adresse suivante :

<http://www.goethe.de/mmo/priv/3518675-STANDARD.pdf>

(Consulté le 5 novembre 2008)

LYONS, Charles. *The library : a distinct local voice ?* [en ligne] Peer-reviewed journal on the internet, Volume 12, n°3, 05.03.2007. Disponible sur :

<http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/1629/1544>

(Consulté le 25 octobre 2008)

OLDENBURG, Ray. *Celebrating the Third Place. Inspiring stories about the « Great Good Places » at the Heart of Our Communities.* - New York : Marlowe & Company, 2001. ISBN 978-1-56924-612-2

OLDENBURG, Ray. *The great good place. Cafés, coffee shops, bookstores, bars, hair salons and other hangouts at the heart of the community.* - Philadelphia : Da Capo Press, 1999, 3^e édition.

ISBN 978-1-56924-681-8

STEINER, George. *Une Certaine idée de l'Europe.*- Arles : Actes Sud, 2005. (« un endroit où aller »)

ISBN : 2-7427-5431-8

WATSON, Bob. *Libraries : Where we're meeting our neighbors.* [en ligne] News Sun, 28.06.2005. Disponible sur :

<http://www.highbeam.com/doc/1N1-10D9243512DC27D0.html>

(Consulté le 30 octobre 2008)

AMBIANCE DES LIEUX

DUARTE, Christiane Rose, COHEN, Regina et alii. *Exploiter les ambiances : Dimensions et possibilités méthodologiques pour la recherche en architecture.* [en ligne] Colloque « Faire une ambiance », 10-12 octobre 2008. Disponible sur : <http://www.cresson.archi.fr/AMBIANCE2008-programme.htm>
(Consulté le 18 novembre 2008)

FRIBERG, Carsten. *The Elements of Persuasio in Atmosphere.* [en ligne] Colloque « Faire une ambiance », 10-12 octobre 2008. Disponible sur : <http://www.cresson.archi.fr/AMBIANCE2008-programme.htm>
(Consulté le 18 novembre 2008)

McDONALD, Andrew. « The ten top qualities of a library building », in : *IFLA library building guidelines: developments & reflections* / Edited on behalf of IFLA by Karen Latimer and Helen Niegaard, München: K.G. Saur Verlag, 2007.

PARIS, Magali, WIECZOREK, Anna. *Faire des mabiances au sein des espaces extérieurs de l'habitat individuel dense.* [en ligne] Colloque « Faire une ambiance », 10-12 octobre 2008. Disponible sur : <http://www.cresson.archi.fr/AMBIANCE2008-programme.htm>
(Consulté le 18 novembre 2008)

PARIS, Magali, WIECZOREK, Anna. *The experiences of gardens and gardening at the housing surroundings.* In: Kirstin Miller, Richard Register (Eds.), *Ecocity World Summit 2008, academic and talent scouting sessions*, Berkeley academy, 22-23 april 2008.

PARIS, Magali, WIECZOREK, Anna. *Sensory experience of Home.* In : Janice M. Bissel (Ed.), *Building Sustainable Communities - EDRA 38*, May 30-June 3 2007, Sacramento: EDRA, p. 280.

TUAN, Yi-Fu. *Espace et lieu. La perspective de l'expérience.* - Genève : Infolio, 2006.
(Archigraphy Paysages)
ISBN 2-88474-517-3

SOCIOLOGIE ET CAPITAL SOCIAL

BEVORT, Antoine (dir.), LALLEMENT, Michel (dir.). *Le capital social. Performance, équité et réciprocité.* - Paris : La découverte / M.A.U.S.S., 2006.
(Recherches) ISBN 2-7071-4804-0

CUSSET, Pierre-Yves : *Le lien social.* - Paris : Armand Colin, 2007. (128 La collection universitaire de poche)
ISBN 978-2-2003-47296-1

GRAFMEYER, Yves, AUTHIER, Jean-Yves. *Sociologie urbaine.* – Paris : Armand Colin, 2008, 2^e édition. (128 La collection universitaire de poche)
ISBN 978-2-200-35428-2

MENCHI, Patrick, MIGNARD Jean-François. *Le développement social contre le repli ethnique. Pour se réconcilier avec une identité collective.* Ramonville Saint-Agne : Erès, 2008. (Trames) ISBN 978-2-7492-0871-8

MERCKLE, Pierre. *Sociologie des réseaux.* - Paris : La découverte, 2006. (Repères)
ISBN 2-7071-4447-9

MERMET, Gérard. *Francoscopie 2007.* - Paris : Larousse, 2007.
ISBN 978-2035826121

PONTHIEUX, Sophie. *Le capital social.* - Paris : La découverte, 2006. (Repères)
ISBN 2-7071-4749-4

PUTNAM, Robert D., FELDSTEIN, Lewis, M. . *Better Together. Restoring the American Community.* - New York : Simon & Schuster Paperbacks, 2004.
ISBN 0-7432-3547-9

PUTNAM, Robert D. *The United State of America.* The American Prospect, 11.2.2002, p 20-22.

PUTNAM, Robert D. *Bowling alone. The Collapse and Revival of American Community.* - New York : Simon & Schuster Paperbacks, 1999.
ISBN 978-0-7432-0304-3

SHIRKY, Clay. *Gin, Television and social Surplus.* [en ligne] 26 avril 2008. Disponible sur le site de Clay Shirky à l'adresse suivante :

<http://www.shirky.com/herecomeseverybody/2008/04/looking-for-the-mouse.html>

(Consulté le 10 novembre 2008)

LEGITIMITE CULTURELLE

BERTRAND, Anne-Marie. *Le peuple, le non-public et le bon public : Les publics des bibliothèques et leurs représentations chez les bibliothécaires.* In : Le(s) public(s) de la culture, Donnat, Olivier, Paul Tolila, Presse de Sciences Po, 2003 [en ligne] Disponible sur : <http://www2.culture.gouv.fr/deps/colloque/bertrand.pdf>
(Consulté le 2 décembre 2008)

D'ANGELO, Ed. *Barbarians at the Gates of the Public Library. How Postmodern Consumer Capitalism Threatens Democracy, Civil Education and the Public Good.* - Duluth Minnesota : Library Juice Press, 2006.
ISBN 978-0-9778617-1-2

FARKAS, Meredith. G. *Social software in libraries. Building Collaboration, Communication and Community Online.* Medford, New Jersey : Information Today, Inc., 2007. ISBN 978-1-57387-275-1

GABORIAU, Patrick, GABORIAU Philippe. *Bernard Lahire, La culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi.* [en ligne] L'homme, Revue française d'anthropologie, Editions EHESS, 177-178 | janvier-juin 2006 : Chanter, musiquer, écouter. Disponible sur : <http://lhomme.revues.org/index2313.html> (Consulté le 24 novembre 2008)

GARDNER, Howard. *Les intelligences multiples. La théorie qui bouleverse nos idées reçues.* – Paris : Retz, 2008, 6^e édition. (Petit forum) ISBN 978-2-7256-2787-8

GARDNER, Howard. *Multiple Intelligences. New Horizons.* - New York : Basic Books, 2006.
ISBN 978-0-465-04768-0

GIET, Sylvette (dir.). *La légitimité culturelle en questions.* - Limoges : Presses Universitaires de Limoges, 2004. (Mediatextes)
ISBN 2-84287-291-6

LAHIRE, Bernard. *La culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi.* - Paris : La Découverte/Poche 2006. (Sciences humaines et sociales)
ISBN 978-2-7071-4928-2

PASQUIER, Dominique. *La « culture populaire » à l'épreuve des débats sociologiques.* [en ligne]. *Hermès*, t.42, 2005. Disponible sur : http://documents.irevues.inist.fr/bitstream/2042/8983/1/HERMES_2005_42_60.pdf (consulté le 4 septembre 2008)

MARKETING ET UNIVERS MARCHAND

BARISH, Joel. *Boutiques tendance et concept-stores.* [en ligne] Tribune de Bruxelles. Disponible sur : <http://209.85.129.132/search?q=cache:K5eHmBth8ygJ:www.tbx.be/fr/Dossier/195/app.rvb+Le+shopping+nouvelle+tendance+passé+par+le+m%C3%A9lange+des+genres&hl=fr&ct=clnk&cd=1&gl=fr&client=firefox-a> (Consulté le 5 décembre 2008)

BELLANGER, François. *Vers des magasins plus ludiques et plus pédagogiques.* [en ligne] *Espaces* 171, janvier 2001, p. 28-33. Disponible sur le site de la revue *Espaces* : <http://www.revue-espaces.com/librairie/1233/magasin-magasins-consommation-fun-shopping-centre-commerciaux-centre-commercial-distribution-loisirs-parc-theme-fun-shopping.html> (Consulté le 10 novembre 2008)

FEYLING, Frid, KVANUM, Rannveig. *Creating a trademark for the modern library.* [en ligne] Scandinavian Public Library, Volume 40 n°4 2007. Disponible sur le site : http://www.splq.info/issues/vol40_4/05.htm
(Consulté le 12 octobre 2008)

GIROBEAU, Agnès, BODY, Laurence. *Le marketing sensoriel. De la stratégie à la mise en œuvre.* - Paris : Vuibert, 2007.
ISBN 978-2-7117-7780-8

HILL, Nathaniel. *The 21st Century Library will look less like Starbucks than you think.* [en ligne] « Catch and Release », blog de Nathaniel Hill, 31 mars 2008. Disponible sur : <http://nathill.wordpress.com/2008/03/31/the-21st-century-library-will-look-less-like-starbucks-than-you-think/>
(Consulté le 5 novembre 2008)

McKASKEY, David. *The whole latte business.* [en ligne] The hospitality Review. October 2001. p14-21. Disponible sur le site : http://www.wivenhoe.gov.uk/people/McCaskey/Latte_14-20.pdf
(Consulté le 15 octobre 2008)

MEESON, Sue. *Public libraries – the big marketing push.* [en ligne] CILIP, Archive 2005, July/August. Disponible sur : www.cilip.org.uk/publications/updatemagazine/archive/archive2005/julaug/meeson.htm
(Consulté le 5 novembre 2008)

MIKUNDA, Christian. *Brand Lands, Hot Spots & Cool Spaces. Welcome to the Third Place and the Total Marketing Experience.* - London and Philadelphia : Kogan Page, 2004. ISBN 0-7494-4573-4

QUARTIER, Kateljin. *Atmospheric tools in commercial spaces creating experiences which influence consumers' mood and behavior.* [en ligne] Colloque « Faire une ambiance », 10-12 octobre 2008. Disponible sur : <http://www.cresson.archi.fr/AMBIANCE2008-programme.htm>
(Consulté le 18 novembre 2008)

REUNIER, Sophie (dir.). *Le marketing sensoriel du point de vente. Créer et gérer l'ambiance des lieux commerciaux.* - Paris : Dunod, 2006. (Fonctions de l'entreprise Marketing - Communication) ISBN 2-10-049911-4

SALAÜN, Jean-Michel. *Marketing des bibliothèques et des centres de documentation.* - Paris : Electre - Editions du Cercle de la Librairie, 1992. (Collection Bibliothèques). ISBN 2-7654-0507-7

SCHMIDT, Janine. "Unlocking the library: library design from a marketing perspective", in *IFLA library building guidelines: developments & reflections* / Edited on behalf of IFLA by Karen Latimer and Helen Niegaard, München: K.G. Saur Verlag, 2007.

UTARD, Jean-Claude :*Fidéliser son public et promouvoir ses services et ses fonds.*
BBF, 1997, t.42, n°2, pp. 90-91.

