

La nouvelle génération à la bibliothèque

ENTRETIEN AVEC MÉLANIE ARCHAMBAUD ET CHRISTOPHE EVANS (BPI)

La Bpi est un espace particulier dans le paysage des bibliothèques françaises. Si ce qui s'y expérimente ouvre des portes nouvelles, ses innovations ne sont pas toujours transposables à l'échelle d'une bibliothèque plus modeste. Pourtant les questions qui se sont posées à l'équipe de la Bpi sur l'accueil d'une « nouvelle génération » sont des questions qui interrogent l'ensemble des médiateurs du livre.

Comment faire pour que les jeunes adultes d'aujourd'hui laissent à la bibliothèque sa place dans la cité? Comment la faire évoluer au gré des besoins et des désirs d'une population nouvelle qui sort de l'enfance et dont les pratiques culturelles sont à la fois classiques (la bibliothèque comme lieu de révision et de travail protégé) et nouvelles (en réseau, en multi-tâches, sur des supports variés, autour de genres populaires)?

Mélanie Archambaud et Christophe Evans nous ont livré quelques pistes.



Comment accueillir la nouvelle génération des adolescents ? Que lui proposer ? Quel projet lui donnera envie de venir à la bibliothèque ? En 2010, la Bpi s'empare de toutes ces questions pour imaginer une nouvelle façon de s'adresser à cette génération et pose en préalable la nécessité de l'interroger, de comprendre ses désirs, ses attentes, ses motivations. La Bpi n'est pas une bibliothèque municipale (et encore moins une bibliothèque municipale jeunesse) mais elle n'est pas à l'abri du grand mouvement qui éloigne la fameuse génération Y (internet native) des bibliothèques et des musées. On vient ici pour travailler (entre 18 et 24 ans), et les files d'attente qui longent le centre Pompidou côté rue du Renard en témoignent, mais le projet initial de la Bpi était bien plus large. C'est ce désir de renouer avec les 15-25 ans dans une multiplicité d'usages de la bibliothèque qui sous-tend ce projet. Pilotée par le service Études et recherches de la Bpi, cette réflexion sera accompagnée par un cabinet d'études (focus groupes menés en 2012 par Paola Habri, de l'institut Qualeia).

Premier projet, focus groupes, réajustements, ouverture de deux espaces en préfiguration...Trois ans plus tard, la Bpi en sait plus sur ce qui amène (ou n'amène pas) les grands ados à la bibliothèque. Soucieuse de partager cette expertise, Mélanie Archambaud (conservatrice en charge de l'espace Nouvelle Génération et à la tête de l'équipe de 4 personnes qui l'anime), accompagnée pour l'occasion de Christophe Evans (responsable du service Études et recherche), nous a tout raconté.

Mélanie Archambaud,
conservatrice en charge de
l'espace Nouvelle génération
de la Bpi.

Christophe Evans,
responsable du service
Études et recherche de la
Bpi.

SE POSER LES BONNES QUESTIONS

De quelle classe d'âge parle-t-on ? Avant d'aller plus avant, il est indispensable de s'accorder sur cette question. Très vite, deux groupes se distinguent. Les ados de 15/16 ans et les jeunes adultes de 19/22 ans (ceux qu'Olivier Galland rassemble sous le terme de post-ados). Les focus groupes seront organisés en séparant ces deux tranches d'âges.

À quelle offre pense alors l'équipe du projet ? De la littérature « cross-age », intermédiaire entre littérature jeunesse et littérature pour adulte ; des magazines, y compris people ; des BD et des mangas ; de la musique, en écoute et en animations ponctuelles ; des films ; des jeux vidéo ; Internet accessible en wifi ou par mise à disposition de tablettes. Autour de cette offre, l'équipe s' imagine remplir deux fonctions : accueillir et faire vivre l'espace, et y créer des événements.

LES 15/16 ANS : LES ADOS ET LEURS PARADOXES

On les sait sans indépendance matérielle mais avec une grande autonomie de fait.

À 15/16 ans, on veut être considéré comme un adulte (on ne veut pas être enfermé dans un espace explicitement dédié) mais on revendique tout autant le « be stupid » (transgresser, se défouler, déborder). On rejette tout ce qui est scolaire (le savoir imposé, transmis verticalement) et les lieux culturels qui en sont l'écho (le musée, la bibliothèque de silence et de travail). On est profondément façonné par Internet dont on est absolument contem-

Une évidence : cette tranche d'âge n'a pas un rapport de spectateur à la culture. Acteurs, concrets, les 18/24 ans ne veulent pas se voir imposer un projet mais ont bien envie d'en bénéficier dans des temps choisis, ce qui implique des espaces séparés.

porain (partage horizontal des savoirs, consommation de contenus à la fois produits et reçus, immensité de tout ce que l'on peut faire de sa chambre vs dans la vraie vie).

Que peut-on leur proposer ?

Une promesse de détente (seul ou en groupe), une promesse d'innovation (être au courant avant tout le monde est fondamental), qui laisse une large place au *mainstream* (bénéfique pour la culture regardée comme valorisation personnelle, marqueur de son ralliement à un groupe), écartée de toute référence au cadre scolaire (synonyme de contrainte) mais qui ne verse pas pour autant dans le bazar (qui fait un peu peur). Mais vue ainsi, la bibliothèque a de forts concurrents : Internet (lieu de tous les possibles), la salle de cinéma, la maison (ou la parc, la rue...) où l'on se rassemble avec ses amis en faisant tout le bruit que l'on veut.

Tout sauf facile, en somme... Néanmoins, le focus groupe des 15/16 ans mettra au jour deux leviers intéressants :

- Remplacer l'idée de savoir par l'idée de savoir-faire (mixer, faire de la photo, monter des vidéos, faire une *play-list*...) et l'expert de ce savoir-faire a un vrai rôle à tenir en tant qu'accompagnateur concret et légitime.
- Alors que la co-production/coopération *in situ* est difficile à mettre en place et peu souhaitée, la co-production *on line* a toute sa place entre la bibliothèque et ses jeunes utilisateurs.

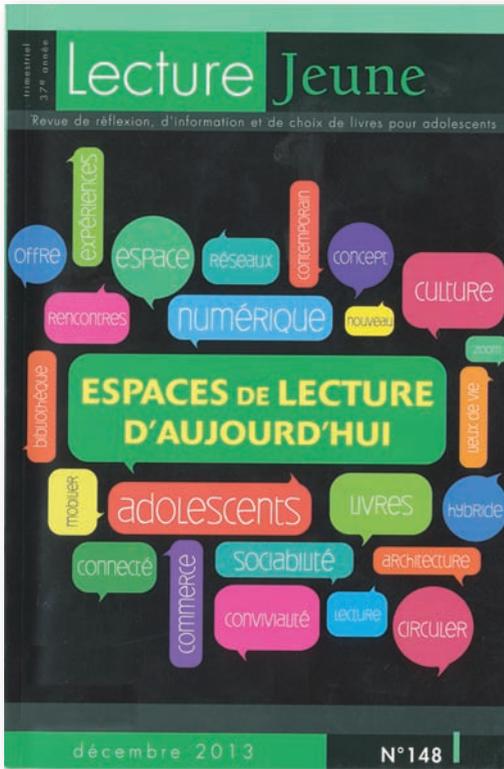
LES 18/24 ANS : ADOS MAIS PLUS TROP

À cet âge, on est majoritairement étudiant et la bibliothèque est un lieu d'étude, où l'on vient chercher du calme, de la déconnexion, fuyant son domicile où l'on est sur-sollicité. Les 18/24 ans sont une cible intermédiaire qui a les mêmes références que les plus jeunes mais déjà des postures d'adultes (souci de la réussite, crainte du bazar, faisant une différence entre la culture et le divertissement pur, ce qui est particulièrement visible autour du jeu vidéo).

Les 18/24 ans ont un rapport à la culture éclectique et décloisonné. On est en maîtrise de l'innovation technologique (on a grandi avec) et on est ouvert sur le monde entier. La culture est un champ immense et quasi gratuit (génération pass UGC et Deezer) que l'on vit à plusieurs (festival) et sur lequel on exerce un esprit critique (plaisir du démontage, décryptage). Dans ce vaste territoire, la musique et le jeu vidéo ont un statut un peu à part : lieu de l'intime pour la première, pur divertissement pour le second (privé de la qualification de loisir culturel).

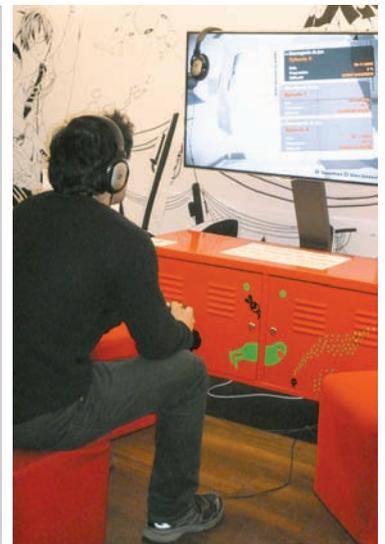
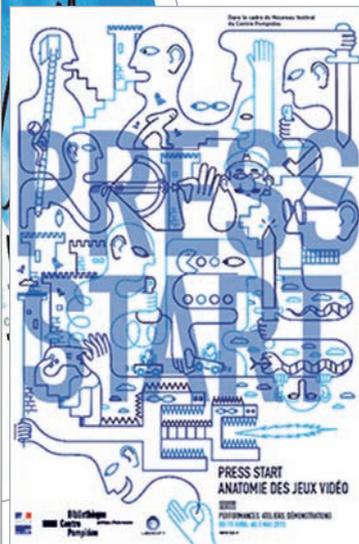
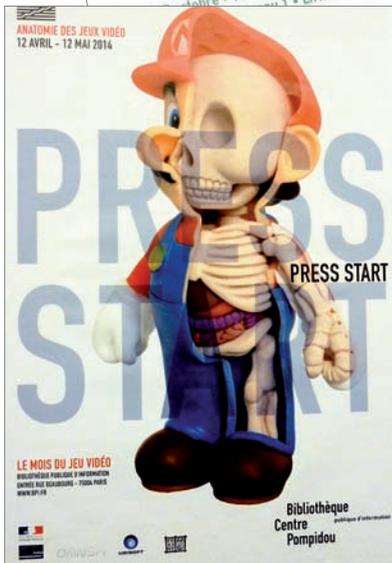
Que peut-on leur proposer ?

Une évidence : cette tranche d'âge n'a pas un rapport de spectateur à la culture. Acteurs, concrets, les 18/24 ans ne veulent pas se voir imposer un tel projet mais ont bien envie d'en bénéficier dans des temps choisis, ce qui implique des espaces séparés. Autour d'ateliers, de rencontres-débats, où l'on viendra seul ou à plusieurs, où l'innovation (avant-première) sera une valeur ajoutée essentielle : il y a là possibilité de donner à la bibliothèque une dimension de lieu de vie qui viendra enrichir sa dimension de lieu de travail.



↖
Lecture Jeune, n°148, décembre 2013, revue de l'association Lecture Jeunesse partenaire du projet.

←↑↙↓
Salon Jeux vidéo, collections, ateliers...





↓ ↗ ↘
Le Salon Jeux vidéo.



L'évolution du projet va choisir de se concentrer sur les 18/25 ans, public modal de l'établissement (60% des publics à eux seuls) et faire le choix de lui offrir un espace supplémentaire, différent, qui ne viendra pas mettre en danger l'attente première du public de l'établissement (lieu de travail sanctuarisé).

Mais quand on joue, c'est sérieux, et l'espace est toujours calme.

VISITE GUIDÉE

Si l'espace Nouvelle Génération de la Bpi devrait à terme occuper tout le niveau 1 (demi étage par lequel se fait l'entrée), et proposer tous les usages de la culture « young adult », depuis décembre 2013, deux espaces de préfiguration existent bel et bien : un Salon Jeux vidéo et un Salon graphique (deux cultures que le site de la Bpi rassemble sous la désignation de « culture pop »). Mélanie Archambaud nous y accueille.

Ces espaces sont gérés par une équipe de quatre personnes : Mélanie est conservatrice et pilote le projet, elle est entourée d'une programmatrice culturelle, d'une bibliothécaire chargée des imprimés, d'un bibliothécaire chargé des collections multimédias. Et tous les quatre accordent une grande importance à la notion de veille : la modernité, on l'a vu dans la phase étude, est ici primordiale et toute l'équipe est en permanence aux aguets.

LE SALON JEUX VIDÉO

Ici on n'emprunte pas de jeu mais on vient jouer sur des consoles dernière génération. Trois postes de jeux pour trois jeux présentés sur un cartel descriptif qui seront changés au bout de deux mois (programmation thématique couplée à celle du salon graphique voisin). On y vient librement ou l'on s'inscrit pour une heure : l'espace a commencé par 30 réservations par mois et en compte 150 à 200 aujourd'hui. S'il y a un peu d'attente, un rayonnage de livres « cultures geeks » est à disposition pour patienter. Les deux publics naturels de l'établissement cohabitent sans souci : les étudiants et les jeunes en situation précaire. Mais quand on joue, c'est sérieux, et l'espace est toujours calme. On reste dans le jeu et on ne peut d'ailleurs pas surfer sur Internet à partir de ces postes.

En plus de cette offre de base, des événements réguliers sont organisés autour du jeu vidéo : Press Start, festival dédié au jeu vidéo, ateliers et rencontre avec des acteurs du monde vidéoludique (*game designers*, *sound designers*, développeurs...) les « mercredis du jeu vidéo »... C'est aussi dans le Salon Jeux vidéo que s'est installée la manifestation Love autour des mots d'amour (octobre 2013) ou l'évènement autour des *selfies* (*Selfie Party*, octobre 2014)...

Même si ce n'est pas forcément explicité, derrière chaque événement il y a une vraie démarche culturelle qui allie les usages et références des jeunes adultes (tatouages, *selfies*...) à un vrai projet culturel (parcours dans le musée et la bibliothèque, découverte d'artistes et graphistes contemporains, sollicitation de la créativité...).

Ici aucun marquage d'âge bien sûr, mais une simplification des cotes. Les lecteurs prennent ce qu'ils voient, au gré de leurs impulsions...

LE SALON GRAPHIQUE

BD, mangas, *comics*, romans graphiques sont ici proposés de manière permanente et sélective : pas de BD classiques, pas de BD jeunesse (même si le cahier des lecteurs le réclame régulièrement). Des romans *cross-age*, ou littérature passerelle, classés par genres (Imaginaire, Réel), là aussi axés sur la nouveauté. Des documentaires centrés sur les cultures urbaines (*board culture*, tatouage, graffiti, culture de l'image...). Et des témoignages de vie (Thuram par exemple). Ici aucun marquage d'âge bien sûr, mais une simplification des cotes. Les lecteurs prennent ce qu'ils voient, au gré de leurs impulsions, ils ne cherchent pas.

La presse est ici très importante : *people*, sport, jeu, féminin et des propositions de titres plus confidentiels comme *Aarg* ou *Jackermag*.

En tout, 5000 documents dont 3000 bandes dessinées.

À l'entrée, un meuble présentoir accueille l'actualité thématique bimestrielle qui fait l'objet d'animations (rencontre auteur...)

Des premières études à aujourd'hui, l'équipe a mûri son projet et y a gagné une meilleure compréhension de ce qui fait la culture de ces grands ados, pour mieux répondre à leur attentes mais aussi d'être plus pertinente dans ses propositions. Mélanie a le sentiment d'aller vers plus de simplicité, d'immédiateté. Les jeunes vacataires de la Bpi les ont par exemple poussés à utiliser des dénominations claires et assez neutres (« Salon Jeux vidéo », « Salon graphique »).

La bonne surprise cependant : il y a une vraie attente de médiation autour du jeu vidéo : depuis 2014, une fois par mois il y a une après-midi jeux avec un médiateur.

Ces deux espaces restent à la marge des attentes du public de la bibliothèque et font plaisir en fin de journée, pour un moment de pose au milieu d'une longue session de travail. Mais on parvient à faire une différence quand on propose des ateliers gratuits. Surtout s'il y a un partenaire, comme Ubisoft par exemple.

Au passage, l'équipe s'interroge encore sur l'idée de co-construction : un sondage Facebook express oui, une table ronde pas vraiment...

« Avant de commencer on était dans l'idée de "construire ensemble", mais ce n'est pas comme ça que ça marche : il y a un rapport utilitariste à la bibliothèque. Les jeunes viennent avant tout travailler, leur temps est précieux ».

LES FONDAMENTAUX DES GRANDS ADOS

En guise de conclusion, nous avons donc demandé à Mélanie Archambaud de définir ce qui, pour elle, représente les fondamentaux d'un accueil réussi des grand ados :

- **En termes de collection**

Trois mots clefs incontournables : presse magazine, littératures graphiques et romans de genre. Cela ne veut pas dire qu'ils ne lisent que ça, ce serait une caricature, mais ce sont vraiment les invariants de la culture dominante des jeunes adultes, ce qui correspond vraiment à leurs pratiques.

- **En termes de dispositifs**

Proposer des outils qui réduisent un peu la fracture numérique. Si on



➤
Le Salon graphique.

➤
Alexis, 26 ans.



On ne peut pas vouloir toucher les jeunes et leur imposer des espaces rigides.



propose des jeux vidéo il faut des écrans de qualité, des tablettes haut de gamme... Il faut des équipements que l'on n'a pas forcément les moyens d'avoir chez soi, qui donnent envie de venir, qui peuvent aussi compenser des manques. Des dispositifs d'accès dignes de ce nom. C'est une vraie plus-value pour la bibliothèque, ça attire les gens. Jouer sur les dernières consoles, sur un grand écran... C'est une bonne raison de venir à la bibliothèque.

• **En termes d'espace**

Il faut adapter l'espace aux pratiques culturelles. Des assises de lecture confortables, la possibilité d'être en groupe, des agencements qui autorisent la pratique collective. On ne peut pas vouloir toucher les jeunes et leur imposer des espaces rigides. Ou alors on signifie que la bibliothèque est exclusivement un lieu de travail, de révision, mais c'est un autre projet. L'espace doit être confortable, moderne, pas intimidant, pas contraignant et pas stigmatisant non plus.

• **En termes d'action culturelle**

Enrober nos projets culturels d'un vernis événementiel ! Du libre accès, du gratuit, pas de procédure d'inscription, possibilité de parler, entre copains. Comme on le ferait sur un salon, dans un centre commercial, une foire... On abandonne le format de la conférence, du savoir descendant, vertical pour un schéma plus horizontal, autour de l'échange. Quand on a un formateur, on lui demande de mettre l'accent sur la dynamique de groupe, et ce groupe est composé d'acteurs, pas juste de spectateurs.

• **En terme d'orientation du lecteur**

Les ados sont-ils à accueillir du côté Jeunesse ou du côté Adulte ? La question n'est pas réglée. Soit on crée un espace intermédiaire mais qui est assez stigmatisant et dont le risque est de ne pas amener ces jeunes lecteurs vers la bibliothèque des adultes dont ils sont, d'une certaine façon, écartés. Soit on réfléchit plus en termes de dissémination, en effaçant cette frontière. Anne Rice avec Stephenie Meyer ! On décroïsonne les espaces en termes de générations mais on les compose davantage autour des genres. Si on crée un espace jeu vidéo, c'est un espace jeu vidéo et peu importe qui vient ! L'approche générationnelle se fait par les contenus que chaque génération va trouver. On peut aussi se poser la question autour de la séparation entre propositions filles/propositions garçons (ce qui existe du côté de la production des mangas ou du roman) : nous avons choisi de mélanger.

À charge pour nous de faire en sorte que cet espace ne soit pas intimidant pour les plus jeunes !

• **En terme de scénographie des collections**

Je trouve que tout se joue là : le mobilier, la visibilité des livres, les rayonnages aérés...

On regarde beaucoup ce qui se fait en librairie, dans les pays du nord (Malmö, Francfort). On a changé nos meubles à mangas par exemple, pour que les collections soient en rayonnages courts. On peut imaginer des meubles qui ressemblent aux collections, suspendre des livres à des fils comme nous l'avons fait pour la sélection d'Angoulême.

C'est un public qui se saisit de ce qu'il voit, de ce qui lui saute aux yeux, il ne va pas chercher dans les rayonnages !

↑
Couvertures de *Lecture Jeune*, revue de l'association Lecture Jeunesse partenaire du projet.

