Les bibliothèques et les services personnalisés en ligne

De nouveaux produits dans un marché concurrentiel

Même si Internet et le commerce électronique ont aujourd'hui dix ans d'existence, ce n'est que depuis peu que les bibliothèques italiennes ont pris conscience du fait qu'Internet constitue un nouvel axe de développement¹. Alors que les bibliothèques italiennes s'interrogent encore sur l'intérêt de mettre en place des services en ligne, nos collègues étrangers envisagent d'organiser les bibliothèques autour du produit, du service et du client.

Piero Cavaleri

Bibliothèque Mario Rostoni
Université Cattaneo, Varese

À l'étranger, des bibliothèques transfèrent du personnel des services techniques, qui sont externalisés, vers des services aux usagers : de nombreuses bibliothèques proposent des services de référence et d'assistance personnalisée aux usagers grâce aux technologies des réseaux. En Italie, les changements organisationnels qui permettront aux bibliothèques de développer les services sont encore très limités : dans le meilleur des cas, pour l'instant, l'efficacité des bibliothèques a été améliorée par l'informatisation de fonctions traditionnelles (acquisitions, catalogage, archivage) et seules nos meilleures bibliothèques publiques ont réussi à adopter une organisation interactive centrée sur le client².

Les techniques de l'information et de la communication, qui évoluent ra-

pidement, donnent aux bibliothèques les moyens d'offrir de nouveaux produits et ce processus ne peut que s'accélérer. Les bibliothèques deviendront des structures orientées vers les services plutôt que vers les documents, et ce changement est - et sera - imposé par la nécessité de répondre de manière efficace et efficiente aux besoins d'un usager qui, s'il n'obtient pas satisfaction, se tournera vers d'autres structures.

À partir des années 1980, la littérature bibliothéconomique a fait une place toujours plus grande à l'usager et aux services : pourtant, la modification de l'organisation des bibliothèques n'a été que partielle. Même dans les pays anglo-saxons, comme l'indique Michael Gorman, « *la transition de l'ère des collections à l'ère du service n'est pas encore achevée*³ ». La présente étude se propose de définir les caractéristiques des techniques de l'information et de la com-

1. Ce texte est extrait d'un article publié par *Biblioteche oggi*, en septembre 2001, et publié avec l'aimable autorisation de l'éditeur.

2. Antonella Caru, *Marketing e progettazione dei servizi: un percorso tra mercato e competenze*, Torino : UTET Libreria, 1996, p. 15.

3. Michael Gorman, *People come first*, p. 5.

* Traduit de l'italien par Philippe Marcerou.

LES BIBLIOTHÈQUES ET LES SERVICES PERSONNALISÉS EN LIGNE

munication et d'évaluer la présence des bibliothèques sur les réseaux : cette présence est historiquement forte, ce qui peut permettre aux bibliothèques de jouer le rôle de médiatrices d'informations.

La mise en place de services personnalisés en ligne forme un des scénarios possibles pour l'évolution des bibliothèques⁴. En effet, elles doivent fournir des services aux étudiants à distance en formation post-doctorale ou en formation continue : ces services, caractéristiques des bibliothèques universitaires, existent aussi dans des bibliothèques de lecture publique, des bibliothèques d'entreprise, etc. La littérature consacrée aux services à distance est abondante : sur ce sujet, la troisième édition de la bibliographie *Library Services for Open and Distant Learning*⁵ relève, pour les années 1994-1999, un nombre de contributions équivalent à celui que l'on avait enregistré dans les soixante-cinq années précédentes. Mais, si les services à distance se multiplient, l'organisation des bibliothèques devra être modifiée et se posera alors le problème du paiement de services correspondant à des demandes individuelles.

Le nouveau contexte technique

Les changements dans le monde des médias et de la communication contraignent les bibliothèques à repenser en profondeur l'interaction avec les usagers. Les technologies et les modèles économiques qui donnent forme à Internet rendent caduques les conceptions bibliothéconomiques du XX^e siècle en modifiant

les services offerts sur le réseau (informations gratuites accompagnées de publicité ou informations payantes plus larges et plus complètes). À l'avenir, les produits d'information eux-mêmes seront modifiés : l'image que les bibliothèques se sont forgées de médiatrices d'informations sera brouillée et, si elles n'évoluent pas, elles pourraient être réduites rapidement à une fonction de conservation ou à celle de fournisseur d'accès à des informations en ligne. Les bibliothèques devront faire face à un marché de l'information qui adoptera des politiques de prix toujours plus différenciées, seulement déterminées par une logique de positionnement à court terme⁶. Le réseau influera aussi notablement sur la localisation physique des services de référence : au milieu des années 1990, les services qui traitaient l'information étaient regroupés autour des sources d'information, alors qu'aujourd'hui les bibliothèques pourront être engagées dans des processus de délocalisation, typiques d'une économie mondialisée.

Ces considérations ne semblent pas évidentes en Italie, parce que la diffusion des technologies de l'information et de la communication y est encore assez basse. En 1997, seulement 2,7 % des familles avaient un accès à Internet ; ce n'est qu'à partir de 1999 que l'offre d'accès gratuit a permis à un grand nombre d'usagers de se connecter - 17 % en janvier 2000, 23 % en mars 2001⁷ -, et encore la plupart d'entre eux n'utilisent pas complètement les ressources que le réseau met à leur disposition.

Alors que nous sommes à mi-parcours de la diffusion des technologies de l'information et de la communication auprès du grand public, on note :

- un affaiblissement des médiateurs d'information ;
- la transformation des langages d'information ;
- la sophistication des techniques.

Même si la vulgate de la nouvelle économie tend à mettre en avant la notion de commerce électronique et l'aspect ludique des réseaux, Internet

Si les bibliothèques
continuent à proposer
l'information de manière
passive et standardisée,
elles se trouveront dans
la situation d'un acteur
qui ne tiendrait pas compte
des modifications
d'un scénario

est essentiellement un instrument d'échange, de recherche et d'informations. En tant que médiatrices d'informations, les bibliothèques ressentiront d'autant plus les effets cités plus haut. Si elles continuent à proposer l'information de manière passive et standardisée, elles se trouveront dans la situation d'un acteur qui ne tiendrait pas compte des modifications d'un scénario⁸. Au contraire, la production de méta-informations, l'orientation de l'usager, l'utilisation d'infor-

4. Comme le note Valentina Comba dans *Comunicare nell'era digitale* (Milano : Editrice bibliografica, 2000, p. 79), 1998 est une année cruciale pour les services en ligne : à Washington se tient le congrès « Reference service in digital age », dont les actes ont été publiés dans le numéro 47 (1998) de *Library Trends*.

5. Alexander L. Slade, Marie A. Kacsus, *Library Services for Open and Distant Learning, the Third Annotated Bibliography*, Englewood : Libraries Unlimited, 2000.

6. Carol Ann Hughes, « Information services for higher education », *D-LIB Magazine*, décembre 2000. L'auteur cite William Arms, rédacteur en chef de *D-LIB Magazine* et auteur du best-seller bibliothéconomique *Digital Library* (New York : MIT press, 2000), qui s'alarme de l'augmentation dramatique de l'utilisation des informations librement disponibles sur Internet dans des travaux scientifiques.

7. *OECD Information Technology Outlook*, 2000 et *OECD Information Technology Outlook*, 2001. Le rapport annuel de l'OCDE fournit d'autres données significatives sur la pénétration d'Internet dans divers pays, sur le comportement des usagers et sur les coûts de connexion.

8. Riccardo Ridi a coordonné pour l'AIB une série de documents centrés sur la nécessité de produire des sites web de bibliothèques. Voir :

- Riccardo Ridi, « La qualità del web della biblioteca come equilibrio tra forze centrifughe e centripete : alcuni requisiti fondamentali », *Biblioteche oggi*, 19, 2000, p. 50-61.
- *Comunicare la biblioteca. Nuove strategie di marketing e modelli di interazione*, Milan, 15-16 mars 2001.
- Maria Stella Rasetti, « L'Odalisca sul rischio : l'uso del sito web come strumento di management per valutare e dirigere i processi organizzativi in biblioteca », *Biblioteche oggi*, 18, 2000, p. 8-20.

mations hétérogènes permettront aux bibliothèques de mettre en place des systèmes d'information personnalisés et interactifs. Dès lors, la fonction des bibliothèques se trouvera élargie et diversifiée car les bibliothèques doivent être capables de mettre en valeur un service personnalisé de haut niveau dans un contexte de hautes technologies. La transformation des modèles organisationnels n'est pas une possibilité mais une nécessité ; ne pas les modifier signifierait mettre à mal l'existence des bibliothèques et, avec elles, les valeurs qui les caractérisent.

Pour faire face à ces changements, les bibliothèques doivent établir un rapport étroit avec leurs usagers. Parce qu'un bon nombre d'entre elles fait partie du secteur de la recherche qui, avec le secteur militaire, a créé et développé Internet, les bibliothèques sont à l'avant-garde des techniques de l'information et de la communication. Mais être à l'avant-garde ne signifie pas pour autant utiliser mieux les potentialités alors que des sites commerciaux récents explorent déjà toutes les possibilités offertes par les technologies d'Internet. Toutes les indications provenant du secteur du commerce électronique et du marketing *via* Internet doivent être prises en compte. Les bibliothécaires doivent faire leur la leçon du marketing – les produits ont un cycle de vie et ils sont conçus, développés, utilisés et puis déclassés. En tant que gestionnaires de structures sans but lucratif, ils ont tendance à considérer leurs propres produits comme permanents : au mieux, ils comprennent la nécessité d'offrir de nouveaux services à leurs usagers, mais ils acceptent mal l'idée que le maintien de vieux produits est contre-productif⁹.

9. Sur ce point, voir :
– Darlene Weingand, *Marketing/Planning Library and Information Services*, Englewood : Libraries Unlimited, 1999, p. 95-96.
– Ferruccio D'iozzi, *Il Management della biblioteca*, Milano : Editrice bibliografica, 1990.
– Giovanni Di Domenico, Michele Rosco, *Comunicazione e marketing della biblioteca*, Milano : Editrice bibliografica, 1998.

Dans un contexte en évolution lente et en présence d'une clientèle fortement liée, les bibliothécaires pouvaient n'utiliser que quelques techniques du marketing et se centrer sur des produits traditionnels : le cas échéant, la clientèle pouvait décider de se tourner vers d'autres structures.

Ni les bibliothécaires, ni les ingénieurs, et encore moins les enseignants, n'ont réussi à former les usagers

Des affirmations comme celle-ci : « *Les dirigeants d'une grande entreprise [...] ont assurément besoin de structures analytiques et de techniques managériales, mais pour ceux d'entre nous qui souhaitent simplement que nos produits ou services – plutôt que ceux de quelqu'un d'autre – rencontrent les besoins de nos consommateurs, le bon sens est le premier des talents exigés*¹⁰ », semblent indiquer que la bibliothéconomie est indifférente aux sciences managériales. Pour des bibliothécaires moins attentifs que l'auteur de ces lignes, cela peut signifier – et cela serait une erreur – qu'il est possible de transférer sur les réseaux des services développés dans le lieu physique qu'est la bibliothèque, sans tenir compte des techniques spécifiques d'Internet qui ne seraient qu'un moyen nouveau pour fournir des services traditionnels.

Une des caractéristiques les plus remarquables de l'économie des réseaux est le changement profond qu'elle induit par rapport à l'un des paradigmes fondamentaux de la

10. Bridget Bachelor, « Marketing the information services », *Handbook of Special Librarianship and Information Work*, p. 373.

« vieille économie » : « richesse d'information » contre « accès grand public ». La diffusion auprès du grand public des connexions au réseau et l'importation de standards universels redéfinissent actuellement les canaux d'information eux-mêmes. Les bibliothèques qui pensent se renforcer en se repliant sur les segments de marché les plus sûrs ou les plus rentables se trompent. Nos usagers ne seront pas dans l'impossibilité de se tourner vers d'autres structures au motif que nous contrôlerions les ressources nécessaires pour accéder à des sources d'information à péage et ils ne se sentiront guère liés par la nécessité d'utiliser un matériau historique que nous posséderions, sauf si ce matériau est d'une extrême rareté et d'une grande valeur documentaire. Les bibliothèques doivent donc se centrer sur la fourniture de moyens d'accès à l'information.

Dans son livre récent, *Comunicare nell'era digitale*, Valentina Comba rappelle les résultats d'une enquête réalisée à l'occasion du congrès « Teaching in libraries » (Florence, 1998), durant lequel s'est déroulée une rencontre sur le thème « Qui peut le mieux enseigner à l'utilisateur à naviguer efficacement dans l'information ? ». Au terme de la rencontre, les personnages-types qui ont été identifiés sont « *l'ingénieur, l'utilisateur, le bibliothécaire, l'enseignant et le bibliothécaire d'une bibliothèque nationale*¹¹ ». Deux ans après, on peut dire que ceux qui occupent aujourd'hui la place centrale dans les réseaux, les gestionnaires de portails, les producteurs de contenus, les fournisseurs d'accès, étaient absents de la première liste. Ni les bibliothécaires, ni les ingénieurs, et encore moins les enseignants, n'ont réussi à former les usagers.

Les bibliothèques universitaires, mais aussi les bibliothèques publiques ou les bibliothèques d'entreprise, doivent réussir à transformer leurs moyens d'action en faisant comme si

11. Valentina Comba, *op. cit.*, p. 94-95.

LES BIBLIOTHÈQUES ET LES SERVICES PERSONNALISÉS EN LIGNE

leurs services gratuits de fourniture de références étaient vendus, transaction par transaction. Les clients des bibliothèques doivent être pleinement conscients de ce que le service offert, même gratuit, a une valeur et des coûts importants. Le personnel doit comprendre que si le client n'est pas satisfait, le fait qu'il n'ait pas payé le service ne peut pas constituer une excuse pour que rien ne soit fait pour que cette situation ne se reproduise pas. Les bibliothécaires doivent sentir la nécessité de vendre leurs services, même si cela ne se traduit pas directement par un encaissement d'argent.

La « troisième génération » des services sur Internet

Ward Hanson distingue trois générations de sites Internet¹² :

- des sites de publication ;
- des sites interactifs ;
- des sites personnalisés.

Les sites de la première génération offrent la même information à tous les usagers. Le contenu est accessible au moyen d'hyperliens. Ces sites peuvent contenir des milliers de pages, des documents, des images, des sons, des vidéos. Il n'y a pas de dialogue entre le site et l'utilisateur.

Les sites de la deuxième génération permettent à l'utilisateur d'obtenir des réponses grâce à la création de pages web spécifiques ou à l'envoi d'*e-mail*. Un grand nombre de sites de bibliothèques et de sites de commerce électronique se situent actuellement à ce niveau.

Les sites de troisième génération créent des pages qui répondent aux besoins spécifiques des usagers. Ces sites ne se limitent pas à des questions et réponses : ils dialoguent avec leurs usagers, anticipent leurs choix, suggèrent des alternatives, présentent les nouveautés dans des secteurs

pré-déterminés ; cependant, ces sites posent des problèmes éthiques ou juridiques liés à la faible confidentialité des demandes¹³. Pour construire de tels sites, il faut connaître l'architecture des sites des deux premières générations, mais il faut, en plus, dialoguer avec les usagers qui feront part à la bibliothèque de leurs désirs, leurs intérêts, leurs attentes. Parce qu'ils sont de conception complexe, il n'existe pas plus de quelques dizaines de sites de troisième génération. Leur construction doit être planifiée attentivement : en effet, les interactions entre le service et le client sont complexes et l'interactivité est devenue un enjeu important dans les stratégies de communication des entreprises. « [...] *La fin doit être l'utilisateur, le client*¹⁴. » L'utilisation des technologies Internet permettra - on l'espère - d'adapter et de personnaliser des produits, sans faire augmenter les coûts de fonctionnement¹⁵.

L'usage d'Internet

Steve Coffmann et Susan Mc Glamery, dans leur article « The Librarian and Mr Jeeves¹⁶ », tentent d'évaluer les nouveaux usages des services de référence et considèrent qu'ils constituent la partie la plus professionnelle du travail en bibliothèque.

En consultant les archives de la liste de discussion Libref¹⁷, on constate que les demandes de références dans les bibliothèques américaines diminuent. Les données de l'Association of Research Libraries et du

National Center for Education Statistics montrent une réduction de 10 % en deux ans des demandes de références (dans les bibliothèques universitaires américaines, on est passé de 2,1 millions de demandes par semaine en 1994 à 1,9 million en 1996). En ce qui concerne les bibliothèques publiques, entre 1994 et 1996, cette diminution a été de 2 %, mais il faut dire que la diffusion d'Internet dans les universités américaines a précédé la diffusion auprès du grand public, qui n'a réellement commencé qu'en 1996.

Les sites qui, à la différence des moteurs de recherche, fournissent des réponses directes aux demandes des usagers ont eu un vif succès : on peut citer par exemple AskJeeves, qui a obtenu près de 200 millions de demandes au dernier trimestre de 1999, ou Webhelp. Or, la qualité de ces services n'est pas excellente. Je cite une phrase extraite d'un article de Lisa Guernsey, du *New York Times* : « *On dit qu'Oscar Wilde définissait un expert comme un homme ordinaire qui donne des conseils depuis son domicile. Aujourd'hui [...], un expert est [...] une personne ordinaire qui dispense ses conseils sur Internet.* » Il est important que les bibliothèques soient conscientes de la concurrence que représente le commerce de références sur Internet pour leur métier de base, l'assistance aux usagers. On remarque en effet que ces services commerciaux concentrent leurs forces sur le point faible des bibliothèques, le marketing, tandis que, fréquemment, les bibliothèques se contentent de gérer leurs services de référence en ligne en se disant : « *Fais-le et ils viendront.* »

Dans un article paru en 2000 sur CNN.com¹⁸, il ressort qu'Internet n'entraîne pas une crise de la demande pour les services de référence des bibliothèques, mais qu'il modifie la qualité des demandes. Entre 1995

12. Ward Hanson, *Principles of Internet Marketing*, Cincinnati : South Western College, 2000, p. 10 et sqq.

13. Mariangela Franch, *La Comunicazione online : aspetti metodologici e risultati di alcune sperimentazioni*, Padova : CEDAM, 1999.

14. Jodie Dalglish, *Customer-Effective Web Sites*, Upper Saddle River : Prentice-Hall, 1999, p. 2.

15. Voir : Philip Kotler, *Il marketing secondo Kotler : come creare, sviluppare e dominare i mercati*, Milano : Il Sole di 24 Ore, 1999, p. 9 ; Michele Visciola, *Usabilità dei siti web*, Milano : Apogeo, 2000.

16. Steve Coffman, Susan Mc Glamery, « The Librarian and Mr Jeeves », *American Libraries*, mai 2000.

17. Les archives de la Libref sont consultables à l'adresse web : <http://listserv.kent.edu/archives/libref-l.html>

18. <http://www.cnn.com/2000/career/trends/11/28/librarians/>. Cette page n'est plus accessible sur le web (note du traducteur).

et 2000, le nombre des spécialistes des références dans les bibliothèques publiques américaines a augmenté de 56 % - de 2 634 à 4 100. La demande n'augmente pas numériquement, mais devient plus sophistiquée. Les demandes simples - par exemple, les adresses des services publics, les formulaires fiscaux - diminuent, car ces informations sont faciles à retrouver sur Internet, tandis que les demandes plus complexes, qui requièrent des recherches approfondies et longues, sont toujours plus nombreuses.

Les usagers des services de référence ne cessent de signaler qu'ils ont perdu inutilement du temps sur Internet à la recherche d'informations : le rôle du bibliothécaire de référence devient celui d'un instructeur, d'un guide pour trouver les informations sur Internet. Autrefois, le bibliothécaire de référence montrait une page d'encyclopédie ; aujourd'hui, en plus de cela, il pourra et devra fournir les URL ou les moteurs de recherche particulièrement adaptés aux exigences des usagers.

La New York Public Library a créé de nouveaux emplois de bibliothécaires en ligne et a commencé, en novembre 2000, à accepter des demandes d'informations *via e-mail*. Près de 6 000 personnes, en une semaine, ont répondu au questionnaire placé en conclusion de l'article de CNN : 85 % des personnes qui ont répondu utilisent le service de référence de la bibliothèque ; 9 % ne l'utilisent pas ; 6 % ne vont plus en bibliothèque, consultent Internet et n'attachent pas d'importance au fait de ne rien trouver.

Les clients dans les bibliothèques universitaires

Pour donner un aspect plus concret à cette étude, on analysera l'évolution de la clientèle des bibliothèques universitaires. Il n'existe pas d'étude de marché permettant aux bibliothèques universitaires d'identifier les

« clients » qui sont les destinataires des services personnalisés en ligne. Pour une bibliothèque donnée, il faut, préalablement, étudier le niveau des services offerts, le niveau des services personnalisés déjà en ligne et les demandes de services en ligne personnalisés. Ce travail est possible si, à

On peut dire qu'aucun site de bibliothèque ne peut faire moins que de fournir une adresse e-mail qui permettra aux usagers extérieurs de poser des questions à la bibliothèque

l'intérieur de l'université, les points d'accès au réseau sont nombreux (dans le cas de l'université Cattaneo, un point d'accès pour quatorze étudiants) ; et si les étudiants possèdent leur propre équipement (pour l'université Cattaneo, près de 70 % des étudiants possèdent un PC relié à Internet).

Les utilisateurs classiques des services en ligne sont :

- les enseignants et les chercheurs ;
- les étudiants en thèse dans l'université ;
- les étudiants en thèse hors de l'université ;
- les étudiants de niveau supérieur ou inférieur à la maîtrise dans l'université ;
- les étudiants de niveau supérieur ou inférieur à la maîtrise hors de l'université ;
- les anciens étudiants ;
- les utilisateurs extérieurs à l'université.

Chacune de ces catégories a des comportements et des attentes spécifiques par rapport aux services de bibliothèque et les utilise différem-

ment. Si la très grande majorité des usagers n'a plus aucun problème pour utiliser le catalogue en ligne de façon autonome, les usagers ne s'attendent pas à trouver des services d'information pertinents sur le web, pas plus, d'ailleurs, qu'ils ne s'attendent à trouver des services personnalisés dans une bibliothèque. On doit donc inciter chaque catégorie d'usagers à découvrir les possibilités offertes par le site web de la bibliothèque. Seuls les étudiants qui ont une thèse en cours bénéficient régulièrement des informations extracatalographiques offertes par les bibliothèques ; les autres usagers ne s'approprient ces services qu'au terme de campagnes de communication ciblées. Les étudiants hors université sont la catégorie à qui pourraient bénéficier le plus des services personnalisés en ligne, mais, actuellement, ils ne connaissent les services de la bibliothèque que de manière superficielle. Chez les enseignants, il y a une division nette entre les utilisateurs forts et les utilisateurs faibles : l'utilisation des sources bibliographiques varie en fonction des appartenances disciplinaires, de l'aptitude à accéder aux technologies de communication en réseau, et, enfin, du sentiment plus ou moins grand d'appartenance à l'université (personnels permanents ou vacataires).

Quoi qu'il en soit, se pose la question du public qui pourra accéder aux services personnalisés en ligne et celle des niveaux de services offerts aux différentes catégories d'utilisateurs. Exclure *a priori* tous les usagers externes des services en ligne personnalisés fournis par la bibliothèque signifierait renoncer à une forme de communication très efficace, car elle est liée à la satisfaction d'un besoin qui n'est pas ordinaire. Déterminer le moment où il faut promouvoir ces services en direction des usagers extérieurs et le niveau de ces services est une des tâches les plus difficiles à accomplir quand on met en place des services personnalisés en ligne. À l'inverse, on peut dire

qu'aucun site de bibliothèque ne peut faire moins que de fournir une adresse *e-mail* qui permettra aux usagers extérieurs de poser des questions à la bibliothèque et de contacter le personnel informatique ou la direction.

L'article de Carol Ann Hughes, « Information services for higher education », et une communication intéressante de H. M. Kirbirige et L. De Palo, dans *Information Technology and Libraries* (ITAL)¹⁹, traitent de l'usage qui est fait d'Internet dans les universités. Ce dernier article présente deux études sur l'utilisation par les usagers universitaires des moteurs de recherche et des banques de données (en ligne et sur cédérom). Les moteurs de recherche sont l'instrument préféré des chercheurs, en particulier de ceux qui utilisent Internet quotidiennement. Le recours aux banques de données reste élevé chez les usagers qui accèdent à Internet sporadiquement. Plus l'usage d'Internet sera large, moins grande sera l'habitude d'utiliser des banques de données structurées et plus grand sera le pourcentage d'usagers qui feront d'emblée le choix d'utiliser les moteurs de recherche. Dans les universités italiennes, les barrières de coût et de langue ont réduit considérablement l'usage direct des bases de données en ligne, alors qu'Internet est en train d'obtenir un succès notable grâce à des coûts d'accès limités ou nuls.

Avec raison, les auteurs de l'article affirment que le recours systématique aux moteurs de recherche sur Internet peut causer de graves préjudices aux usagers, qui s'exposent au risque de laisser passer des informations importantes : en effet, ces instruments n'indexent pas plus de 50 % d'Internet et les nombreuses informations que l'on y trouve ne sont ni fiables ni stables, puisque la plupart des informations pertinentes sont payantes et donc exclues des mo-

teurs de recherche. Pour éviter ces risques, les bibliothèques doivent fournir des services efficaces et former leurs usagers à l'accès à l'information : ces formations devraient d'ailleurs faire partie du cursus universitaire et être sanctionnées par l'obtention d'unités de valeur.

Le recours systématique aux moteurs de recherche sur Internet peut causer de graves préjudices aux usagers qui s'exposent au risque de laisser passer des informations importantes

Une enquête très vaste, conduite par les universités britanniques de septembre 1999 à 2000²⁰, visant à étudier les comportements des usagers des Electronic Information Services (EIS) et des ressources électroniques dans les institutions d'enseignement supérieur, a confirmé que les étudiants les utilisent pour compléter des cours. L'usage des EIS augmente parallèlement avec la charge de travail et l'implication dans des projets de recherche. L'usage des EIS pour des vérifications bibliographiques reste faible. Cette recherche prouve aussi que l'usage du courrier électronique est maintenant généralisé. Les bibliothécaires et les usagers utilisent largement Internet pour des recherches d'informations. Les moteurs de recherche ou les sites déjà connus sont la première source d'information. Les Opac des bibliothèques sont constamment utilisés par les étudiants et par le personnel. L'usage des passerelles

organisées par matières est faible. Les étudiants, excepté dans certaines disciplines, utilisent rarement les actualités et les bases de données sur le web.

Grâce aux EIS, les usagers espèrent gagner du temps, trouver des informations difficiles à repérer et manipuler facilement les documents trouvés, ce qui pose le problème du plagiat. Le personnel de la bibliothèque est considéré comme la source principale d'informations sur le choix des EIS et la manière de les utiliser. Pourtant, la majorité des formations, par ailleurs peu fréquentées par les étudiants, ne sont pas structurées et un grand nombre d'étudiants ne connaît pas les ressources en ligne les plus pertinentes ni la meilleure manière de les utiliser. Ces résultats montrent que, même dans un pays comme la Grande-Bretagne, qui a une forte tradition bibliothéconomique, le passage à l'information électronique ne va pas de soi et que les efforts accomplis jusqu'ici ont été insuffisants, puisqu'ils ont raté leur cible.

Typologie des services en ligne personnalisés des bibliothèques

De nombreuses bibliothèques offrent une vaste gamme de services personnalisés en ligne. Dans le cadre du projet de services en ligne de la bibliothèque Mario-Rostoni de l'université Carlo-Cattaneo-LIUC, on a tenté d'identifier les services de ce type qui ont été mis en place et qui sont les plus significatifs. N'ont été pris en considération que les services dont on sait qu'ils sont effectivement opérationnels ou dont la réalisation est avancée. Les services évoqués ci-après ne doivent être pris que comme des exemples. On a choisi des services basés sur l'idée que les bibliothèques – particulièrement les bibliothèques universitaires – doivent chercher leurs propres avantages compétitifs dans leur connaissance détaillée des besoins des usagers, dans la fiabilité du

19. H.M. Kirbirige, L. De Palo, « The Internet as a source of academic research information : findings of two pilot studies », *ITAL*, vol. 19, 1.

20. JUSTEIS, *JISC Usage Survey : Trends in Electronics Information Services*, Final report, 1999-2000 cycle.

produit fourni et dans le fait que ces services sont fournis par une bibliothèque non pas virtuelle, mais bien réelle²¹ : sauf dans un cas, les initiatives purement virtuelles ont été laissées de côté. Même si on sait que seuls certains services peuvent être adaptés aux réalités d'une bibliothèque

**Les services
de référence par e-mail
font maintenant
partie intégrante
du service offert
par la bibliothèque
– en particulier pour
les étudiants à distance**

universitaire petite ou moyenne, on a présupposé que toutes les expériences pourraient fournir des indications utiles.

Il existe plusieurs types de services :

- les références *via e-mail* ;
- les bureaux virtuels de référence ;
- les services numériques de référence en temps réel ;
- les portails personnalisables ;
- les applications en ligne pour des unités d'enseignement à distance ;
- les projets complexes.

Ce n'est qu'à partir de 1999 que des projets ont été menés à terme et fondés sur des bases organisationnelles solides. Les responsables des services au public et des services de référence, les directions de bibliothèques, les directions des universités et le corps enseignant, représenté par ses plus hautes instances, sont de plus en plus conscients de l'importance de ces services et de la nécessité qu'ils soient fiables et pérennes.

21. Hanson, *op. cit.*, p. 105-106.

Références via e-mail

Le service de référence par *e-mail* a déjà une longue histoire. Il s'agit souvent d'un service non formalisé et exploité comme une extension du service normal fourni aux usagers physiquement présents en bibliothèque ou à ceux qui téléphonent pour obtenir un renseignement. Ce n'est qu'à partir du milieu des années 1990 que la diffusion de masse de l'*e-mail* a fait surgir les premières réflexions sur l'opportunité, sur la possibilité et sur les éventuelles modalités spécifiques de promotion des services de référence par *e-mail*²².

En 1999, Carroll Botts et Rebecca Bauerschmidt²³ ont relevé que, dans les universités américaines, 92 % des bibliothèques utilisaient régulièrement l'*e-mail* pour le service de référence et que, dans la plupart d'entre elles, le service existait depuis plus de trois ans. La moyenne était de 33 demandes par mois. Le temps passé en moyenne pour répondre à une demande était de près de 30 minutes. 73 % des bibliothèques répondaient à tous ceux qui formulaient des demandes pertinentes, les autres réservaient le service aux membres de l'université. 91 % de ceux qui ont répondu à l'enquête s'attendaient à une augmentation de la demande de services de référence en ligne et, par conséquent, considéraient qu'il faudrait davantage de personnel pour y faire face. Les conclusions auxquelles arrivent les deux auteurs sont que les services de référence par *e-mail* font maintenant partie intégrante du service offert par la bibliothèque – en particulier pour les étudiants à distance – et que, dans peu de temps, les bibliothèques devront formaliser le service²⁴.

22. Brenda Philip, *An Examination of the Past, Present and Future of Electronic Mail Reference Service*, 1997.

<http://hollyhock.slis.ualberta.ca/598/brenda/emailref.htm>

23. Carol Botts, Rebecca Bauerschmidt, *Reference Issues Exploration : Electronic Mail Reference Service*. – <http://www.unm.edu/~rebs/emailref/paper.html>.

Bureau de référence virtuel

Les significations de l'expression « Virtual reference desk » sont très nombreuses et peuvent coïncider avec les services de référence en ligne qui utilisent exclusivement l'*e-mail*. Nous avons exclu ici les services qui ne prévoient aucune relation personnelle entre l'usager et le promoteur du service.

Un bureau de référence virtuel peut reposer sur plusieurs fondements : pages de l'Opac qui signalent des ressources de référence, Frequently Asked Questions²⁵ (FAQ), échantillons de sites web avec l'hyper-lien correspondant, ressources d'information en plein-texte, consultation – y compris en temps réel – de bibliothécaires spécialisés dans les références.

Même s'il sort du champ bibliothéconomique, le Virtual Reference Desk Project sponsorisé par le ministère de l'Éducation des États-Unis et soutenu par le Bureau de la Maison Blanche pour la politique scientifique et la technologie, constitue une référence²⁶.

Services numériques de référence en temps réel et services de référence en ligne

Par cette expression, je fais référence aux services qui utilisent des logiciels de *chat*, des applications de communication en temps réel, des programmes de gestion de centres d'appel, des logiciels de centres de contact web, des systèmes interactifs d'assistance aux clients²⁷, des techno-

24. Exemples : <http://www.lib.uci.edu/serv/ask.html>
<http://www.ipl.org/ref/QUE/>
<http://www.tpl.toronto.on.ca/OnlineRef/index.htm>

25. « Questions fréquemment posées » (note du traducteur).

26. Exemples : <http://lweb.loc.gov/rr/digiref/> * <http://www.fathom.com>

* Voir :

– « LC and others test global online reference service », *Advanced-Technology-Libraries*, 29 sept. 2000, p. 1-10.

– KRESH-D-N, « Offering high quality reference service on the web : the Collaborative Digital Reference Service », *D-Lib Magazine*, 6 juin 2000.

27. Voir par exemple : <http://www.egain.com>

logies de transmission vocale reposant sur l'utilisation de WebCam. On compte déjà plusieurs dizaines de programmes actifs et près de quinze congrès consacrés à ce thème²⁸.

Portails personnalisés et personnalisables

Les portails personnalisés et personnalisables font partie des applications les plus intéressantes²⁹. Ce type de service est en train de prendre une grande importance dans le paysage des bibliothèques américaines : à ce sujet, on peut citer le numéro spécial d'*Information Technology and Libraries* de décembre 2000, dirigé par Eric Lease Morgan, inventeur de MyLibrary³⁰. Les interfaces personnalisables de sites web présentent pour les utilisateurs des avantages certains : filtrage d'informations ; réduction des frais ; création d'un marché pour les services de la bibliothèque ; maîtrise du système informatique.

Le filtrage d'informations est considéré comme l'avantage majeur que les interfaces personnalisables peuvent apporter. Le projet MyLibrary de la Cornell University a été mené à bien en réponse à une étude sur le service web de la bibliothèque qui avait établi que certains usagers commençaient à être opprésés par l'excès d'informations : ils souhaitaient disposer d'un espace plus personnel où ils pourraient ne disposer que de ressources sélectionnées.

L'utilisation de portails personnalisables permet à la bibliothèque de ne décrire qu'une fois une même ressource d'information : il est ensuite possible de la faire apparaître dans différents systèmes. Les coûts de main-

tenance du site web sont réduits. La possibilité de créer un système d'information personnel et personnalisable fait partie des caractéristiques des meilleurs sites web : en effet, les usagers n'accèdent qu'à l'information qui les intéresse dans une phase déterminée de leur vie privée ou professionnelle³¹.

L'exemple de portail de bibliothèque personnalisé MyLibrary de la North and South Carolina University (NSCU) est, selon moi, le plus intéressant. Projet évoqué pour la première fois par Eric Lease Morgan dans un article de *Computers in Libraries* (mai 1998), qu'il a développé lui-même dans les bibliothèques de la NSCU,

MyLibrary permet l'authentification à distance, l'accès à des services de prêt, le prêt entre bibliothèques, la fourniture de documents et, surtout, la visualisation des informations

MyLibrary est utilisé par une dizaine de bibliothèques des États-Unis et par une bibliothèque britannique. Ce portail est une interface qui donne accès à la bibliothèque et à ses ressources d'information ; il est centré sur l'utilisateur et il est fortement personnalisable. Le programme permet en effet à l'utilisateur d'ouvrir une fenêtre personnelle : celle-ci lui sera proposée à nouveau, mise à jour, toutes les fois que l'utilisateur se reconnectera. MyLibrary permet l'authentification à distance, l'accès à des services de prêt, le prêt entre bibliothèques, la fourniture

de documents et, surtout, la visualisation des informations, non exclusivement bibliographiques, liées aux sujets choisis par l'utilisateur. L'objectif de MyLibrary est de fournir à tout moment à l'utilisateur les informations relatives aux ressources documentaires et, simultanément, de lui faciliter l'accès à des services d'aide en ligne.

Les caractéristiques de MyLibrary de la NSCU sont :

- *La richesse des contenus* : des bases de données plein-texte, des archives de données, des banques de données bibliographiques, des tests électroniques, du matériel de consultation ; des bibliothécaires spécialisés répondent aux questions en direct.
- *L'accessibilité à distance* : MyLibrary peut être utilisé de n'importe quel point du réseau Internet.
- *La personnalisation* : chacun peut choisir les liens qu'il souhaite voir ou ignorer.
- *L'aspect dynamique* : des messages généraux, des messages spécifiques par discipline, des messages d'aide renouvellent constamment MyLibrary.
- *La réactivité* : puisque le réseau change constamment, MyLibrary permet au bibliothécaire d'envoyer régulièrement à l'utilisateur des messages et des informations, par exemple la liste des nouvelles acquisitions sur des thèmes prédéfinis (diffusion sélective d'informations).
- *La focalisation* : le programme permet à l'utilisateur de ne choisir que ce qui l'intéresse ; le bruit provenant d'informations non pertinentes est évité et le nombre de ressources que chacun peut visualiser est illimité.
- *Indépendance du matériel et du logiciel* : MyLibrary est basé sur l'utilisation de *browsers* web et bénéficie d'un standard multi-plateforme de recherche.
- *La discrétion* : les données fournies sont réservées à leur utilisateur.

Depuis deux ans et demi, le programme fonctionne à plein dans différentes universités américaines. À la NSCU, sur une population de près de 27 000 usagers potentiels, au mois de

28. Exemples :
<http://www.lssi.com/virtual/>
<http://www.247ref.org/>
<http://www.morrisville.edu/library/talk.html/>
<http://qandacafe.org/>

29. Ce type d'application a été retenu pour le portail de la bibliothèque Rostoni, aussi le traitement de ce thème sera plus long.

30. Special issue : *User-Customizable Library Portals* / Eric Lease Morgan (dir.), *Information Technology and Libraries*, 19, 2000.

31. Exemples :
<http://mylibrary.cornell.edu/servlet/>
<http://my.lib.nscu.edu/>

novembre 2000, près de 3 100 utilisateurs de MyLibrary ont été enregistrés. « <mailto:MyLibrary@NSCU> » peut aussi être utilisé comme outil de gestion des collections : Amy Irving Ising souligne³² que les bases de données qui gèrent le programme peuvent constituer une ressource d'information utile pour « *déterminer des tendances de sélection* » des documents. La possibilité de réaliser des interrogations sur une base de données standard sur laquelle l'institution a tous les droits permet d'obtenir des informations peut-être moins articulées que celles que les promoteurs des banques de données payantes peuvent fournir, mais certainement comparables par leur contenu, parce qu'elles sont basées sur des données homogènes.

Le modèle proposé par ces interfaces personnalisables a de nombreux avantages, mais aussi quelques inconvénients : en particulier, certains bibliothécaires signalent des problèmes potentiels de confidentialité car, même si les enregistrements des prêts sont périodiquement « stérilisés » par l'élimination des données individuelles, le profil de chaque usager demeure actif et les bibliothèques doivent veiller à protéger l'utilisateur conformément à la réglementation en vigueur.

Applications en ligne pour des unités de formation à distance

Les unités de formation à distance existent depuis dix ans dans les bibliothèques universitaires anglo-américaines. Elles ont trouvé dans les technologies en ligne de nouveaux instruments. Les expériences acquises par ces services sont extrêmement utiles pour les bibliothèques.

32. Amy Irving Ising, *MyLibrary as a Collection Analysis Tool*, NSCU, avril 2001.

33. <http://www.le.ac.uk/li/distance/eliteproject/project/elite.html>

Projets complexes

Elite (Electronic Library, and Staff Education Project)³³ est un projet de l'université de Leicester. Il s'agit de développer des infrastructures technologiques avancées pour promouvoir les services aux usagers, qu'ils soient ou non physiquement présents à la bibliothèque.

*« La manière
dont de nombreux
entrepreneurs conçoivent
leur site web équivaut
à mettre du rouge à lèvres
à un bouledogue »*

Les services prévus par Elite sont les suivants : des unités de formation à distance avec une interface basée sur le web ; des services de référence avec l'utilisation de *chat* en ligne ; des communications par *e-mail* avec les étudiants à distance ; des formulaires web pour l'enregistrement et la recherche de questions de référence ; l'utilisation du programme MyLibrary de la NSCU.

Conclusion

Ce panorama est nécessairement provisoire et partiel ; bien sûr, il s'inscrit trop largement dans le présent. Dans la réalité, tous les jours, de nouvelles idées et de nouvelles réalisations sont proposées.

Les bibliothécaires doivent s'approprier les technologies de l'information et de la communication pour concevoir, organiser et promouvoir de nouveaux services de bibliothèque. Ils

doivent aussi s'intéresser aux instruments d'analyse des sciences économiques et des disciplines managériales ; l'étude des mécanismes qui sous-tendent la diffusion des informations *via* Internet et des structures organisationnelles des entreprises qui produisent de telles informations, les distribuent et les promeuvent, doit faire partie du patrimoine culturel des bibliothécaires.

En conclusion, je me plais à proposer à l'attention des collègues une phrase extraite du livre de Rosebeth Moss Kanter, professeur de Business Administration à la Harvard Business School, qui, pour stigmatiser la propension du management des entreprises traditionnelles à ne penser l'utilisation d'Internet qu'en terme d'ouverture d'un, de deux, de mille sites web sans jamais changer les bases organisationnelles, les produits et les services qu'elles proposent, dit ceci : « *La manière dont de nombreux entrepreneurs conçoivent leur site web équivaut à mettre du rouge à lèvres à un bouledogue. Ce genre de maquillage est extrêmement difficile à faire. Pire, il ne marche pas. Le bouledogue ne devient pas subitement magnifique au motif qu'il est obligé de porter du rouge à lèvres*³⁴. » J'espère que les bibliothèques continueront à changer, qu'elles ressembleront toujours moins au bouledogue, qu'elles deviendront de vraies beautés et que, grâce aux technologies de l'information et de la communication, elles donneront largement accès à des services d'information de qualité.

34. Rosebeth Moss Kanter, *Evolve! : Succeeding in the Digital Culture of Tomorrow*, Boston : Harvard Business School, 2001, p. 72.