

Jacky Ebréart
Bibliothèque nationale

VERS LA BIBLIOTHÈQUE SANS MURS

LES ACTIONS DE LA BIBLIOTHÈQUE DU CONGRÈS

A son arrivée à la tête de la Bibliothèque du Congrès fin 1987, James Billington décide la mise en place d'un Management and planning committee (MAP) chargé d'imaginer la Bibliothèque de l'An 2000.

Recueillant les avis de la profession lors de onze forums à travers le pays, employant des consultants extérieurs et faisant réfléchir des équipes internes à de nouvelles orientations, ce Comité, après une phase de transition, vient d'aboutir à une nouvelle organisation.

Au cours des débats s'est affirmée la nécessité de renforcer les actions extérieures de la bibliothèque. Mieux faire connaître ses richesses à la nation est apparu comme le seul moyen de susciter une pression en sa faveur auprès du Congrès, les contributions du secteur privé devant être encouragées, par ailleurs, pour amorcer certains projets dans ce domaine.

Quatre initiatives récentes participent de cet « esprit MAP » et, mettant à profit les ressources de l'« information age », contribuent à la réalisation de ce que Billington appelle la « Bibliothèque sans murs ».

Ce sont :

— *Civilization*, un projet de magazine grand public ;

— *Global library*, une série d'émissions destinées en priorité aux scolaires et diffusées sur une chaîne de télévision par câble ;

— *American memory*, qui transfère progressivement les fonds sur support électronique pour les diffuser dans les écoles et les bibliothèques ;

— *LC direct*, qui commence à tisser un réseau de transmission de données avec les bibliothèques sur tout le territoire.

A terme, et le progrès technologique aidant, la synergie de ces initiatives devrait largement contribuer à mieux porter la bibliothèque au pays.

Civilization

En 1970 naît *Smithsonian*, mensuel diffusant, fin 1990, à plus de 2 000 000 d'exemplaires. Un des grands magazines à succès lancés durant la décennie, ce mensuel a largement contribué à conférer à l'institution dont il émane, la Smithsonian institution, une envergure nationale.

Fascinée par le savoir-faire de la Smithsonian institution en matière de relations publiques, la Bibliothèque du Congrès veut lancer un titre qui s'inspire de *Smithsonian*. C'est Peter Braestrup, nommé directeur de la Communication, ancien journaliste au *New York Times*, qui est chargé du projet.

En décembre 1989 est signé un accord de franchise avec un groupe new-yorkais dirigé respectivement par Mark Edmiston, ancien président de *Newsweek*, actuellement éditeur de *Cable guide*, et Charles Rodin, autrefois à *Life*, maintenant « magazine consultant », comptant parmi ses clients le groupe Hearst et *Cosmopolitan*. Sous de tels auspices, le projet semble avoir plus de chances d'aboutir qu'une précédente tentative effectuée il y a six ans.

La Bibliothèque du Congrès, qui n'investit rien dans l'affaire, autorise le groupe à publier un mensuel, *Civilization: the magazine of the library of Congress*. Rédigé par des professionnels de la presse, de plus haut niveau que *Smithsonian*, ce serait le premier journal de grande diffusion à l'intention des utilisateurs de bibliothèques. Il comprendrait notamment des articles sur la profession, des critiques et des résumés, ainsi qu'un calendrier des événements dans les bibliothèques à travers le pays. L'ambition est d'atteindre une diffusion de 1 000 000 d'exemplaires au bout de cinq ans.

Selon l'accord, la Bibliothèque a droit de veto sur le contenu et a un siège au conseil d'administration. Elle bénéficie de deux pages de publicité gratuite dans chaque

numéro, du libre accès à la liste des abonnés et perçoit un dollar par abonnement, dont le coût doit se situer entre 18 et 24 dollars. Cet abonnement, outre la qualité de membre, confère un rabais sur les produits diffusés par la bibliothèque.

Le 31 décembre 1990, test de magazine classique d'un coût de 250 000 dollars, un *mailing* a été adressé à 250 000 noms, tirés notamment des listes d'abonnés au *New Yorker* et à *Smithsonian* : « *Soyez un membre national de la bibliothèque du Congrès. N'envoyez pas d'argent maintenant* » y dit-on, décrivant le projet en termes généraux.

Si le taux de réponse atteint 5 % en février-mars, le groupe ira voir les financiers pour réunir les 14 000 000 de dollars nécessaires au lancement prévu dans le courant du second semestre 1991.

Le dollar perçu pour chaque abonnement créerait des ressources supplémentaires à la Bibliothèque du Congrès. La publicité gratuite pour les produits diffusés permettrait d'en accroître la gamme et les ventes, pouvant donner naissance, notamment, à des *Library of congress press* (l'exemple de *Smithsonian* montre assez qu'un magazine agit comme un puissant stimulant à la vente des livres), la prospection étant facilitée, de surcroît, par l'accès à la liste des abonnés. Enfin, et surtout, les abonnés-associés de *Civilization*, constituant une sorte de « Société des amis de la Bibliothèque du Congrès », seraient mieux sensibilisés aux problèmes et plus facilement mobilisables, y compris financièrement. Ils fourniraient le pendant populaire du Madison Council¹ et le soutien de masse qui fait actuellement défaut.

1. Corps consultatif coopté créé en janvier 1990, le Madison Council regroupe actuellement une quarantaine de décideurs économiques, qui font profiter la bibliothèque de leur savoir-faire et de leurs relations dans le monde des affaires. Groupe de « Super amis », ils font d'importantes contributions financières et sont chargés de susciter des émules.

Les collections de la bibliothèque sont toujours le point de départ des émissions

Alors que les Etats-Unis semblent s'installer dans la récession et que les budgets de publicité se contractent, le moment semble peu opportun pour le lancement d'un nouveau titre. Mais le contexte n'était pas meilleur quand *Smithsonian* naquit.

Global library

Fin septembre 1990, sur la chaîne publique de télévision PBS, 14 000 000 d'Américains regardent pendant cinq soirées consécutives *The civil war*, documentaire sur la Guerre de Sécession dont la majeure partie des documents provient de la Bibliothèque du Congrès. Couronnement d'une véritable collaboration commencée en juin 1986 entre l'équipe de tournage et la bibliothèque, la diffusion suscite une critique enthousiaste... dont se fait l'écho un sénateur, défendant à la tribune le budget à venir.

Global library, décidé postérieurement à cette initiative, utilise le même médium pour élargir l'audience de la Bibliothèque du Congrès en particulier, et des bibliothèques en général, au-delà de leurs publics traditionnels.

L'initiative en revient à Jones international Ltd, compagnie spécialisée dans les matériels de télécommunications et possédant également des radios commerciales. Illustrant un esprit philanthropique répandu aux Etats-Unis, son président, Glenn R. Jones², voulant « *faire de l'Amérique une école* », investit à perte dans une télévision éducative, *Mind extension university*, actuellement dixième

chaîne par câble aux Etats-Unis et reçue dans 10 000 000 de foyers. Il souhaite collaborer avec la bibliothèque, idée à laquelle James Billington est favorable. Ce n'est pas la première fois qu'une telle proposition est faite, mais, signe des temps, c'est la première fois que le bibliothécaire l'accepte.

Commencées à l'automne 1989, les négociations aboutissent en janvier 1990 à un accord pour la création d'une première série de onze émissions³ d'une heure sur *Les Trésors de la Bibliothèque du Congrès*. Jones donne pour 1 000 000 de dollars d'actions⁴, à charge pour la bibliothèque de recruter et payer sur ce budget son personnel, les différents intervenants et les entreprises. Jones reste propriétaire des droits des émissions et se charge de leur marketing. Un comité de supervision, composé de deux membres de la bibliothèque (le bibliothécaire et le directeur des Affaires culturelles), du président et du vice-président de Jones, se réunit quatre fois par an.

Jeanne Apostol, ancienne productrice à CBS, prend ses fonctions de directeur du projet en juillet 1990. Les émissions coûtent chacune environ 20 000 dollars. Elles sont diffusées sur *Mind extension university* le mercredi de 17 à 18 heures depuis le début septembre et doivent être rediffusées deux fois jusqu'à la fin du cycle en mars 1991.

Les collections de la bibliothèque sont toujours le point de départ et il s'agit de montrer la valeur qu'elles conservent pour la vie d'aujourd'hui, non de s'y laisser en-

3. Treize étaient prévues à l'origine.

4. Réduits bientôt à 700 000, du fait de l'action conjointe de la chute de la Bourse et de la dépréciation des valeurs dans l'industrie du câble.

2. Egalement membre du Madison Council.

fermer. C'est ainsi que, pour l'émission sur Christophe Colomb, l'équipe de tournage se fait offrir une croisière aux Bahamas et interroge les passagers aux endroits censés avoir été visités par le navigateur. Pour Thomas Jefferson⁵, on expérimente chez lui, à Monticello (Virginie), les recettes de cuisine trouvées dans son journal et on parle d'un autre de ses violons d'Ingres, le jardinage.

Le personnel de la bibliothèque est sollicité pour lancer des idées mais, comme il faut être attrayant, on fait appel à des professionnels connus du grand public pour commenter les émissions. On utilise volontiers musique et chansons actuelles à succès afin de ne pas « faire culturel ».

En complément de ces émissions, Jones vient de créer *Cable in the classroom*. Les cassettes des émissions circulent gratuitement dans les écoles, qui peuvent appeler un numéro 800 (l'équivalent de notre numéro vert) pour demander le matériel d'accompagnement (guide de discussion, suggestions de lecture par le

Le projet est interactif : l'utilisateur peut composer son propre programme

Center for the book⁶) et savoir à qui s'adresser à la bibliothèque pour mieux connaître un sujet donné de la série. Le thème choisi pour le prochain cycle est éminemment « politique » : il s'agit de l'aide apportée par la bibliothèque au Congrès, « afin de montrer le rôle vital des bibliothèques dans le fonctionnement des démocraties ».

D'autres compagnies ont manifesté le souhait de financer *Global library*, qui ne peut ainsi que prendre de l'ampleur. Le nombre d'émissions devrait se multiplier l'an prochain (32 sont actuellement prévues) et inclure des débats. Toutes les extensions sont possibles. Il est question d'un jeu télévisé entre six bibliothèques du pays, dont le nom sera peut-être *Researchers*. À partir de ce qu'on peut y trouver un jour

donné sur un sujet d'actualité, il s'agirait de montrer que l'aventure est possible dans une bibliothèque.

American memory

Lors de son installation, James Billington a souhaité que la bibliothèque trouve le moyen de mieux faire partager au pays la « substance de ses collections ». *American memory*, lancé en août 1988, va dans ce sens. Il consiste, dans un premier temps, à diffuser sur disques compacts et optiques les fonds jugés les plus importants pour le patrimoine américain et, à plus long terme, à mettre l'intégralité des collections sur format électronique.

Tous les supports sont représentés : livres, manuscrits, photo, cinéma et son. Le projet est interactif, l'utilisateur pouvant composer son propre programme, agencant dans l'ordre qu'il souhaite les informations qu'il récupère, les imprimant ou les repiquant sur disquette ou bande vidéo, y ajoutant au besoin son propre commentaire.

Rendu possible, à l'origine, par des subventions privées, *American memory* bénéficie pour son développement, de 1990 à 1995, d'un million de dollars par an de la part du Congrès. Cet argent doit être utilisé notamment pour recruter du personnel afin de cataloguer et indexer les documents dupliqués. À cela s'ajoutent des dons de fabricants de matériel (Apple, IBM, Pioneer) — le plus souvent en nature — et de fondations, le plus souvent dans des buts précis (200 000 dollars de la Fondation Packard, par exemple, pour la transcription de documents sur l'histoire de la Californie). Une équipe de trois personnes anime le projet, multipliant notamment les démonstrations destinées aux utilisateurs... et aux financiers potentiels.

6. Créé en 1977 par la Bibliothèque du Congrès pour encourager la lecture dans le pays.

5. Président des États-Unis de 1801 à 1809.

Au printemps 1990, trois écoles sont choisies pour accueillir un premier prototype composé, d'une part, d'un CD-ROM comportant le programme et une collection de dessins et, d'autre part, d'un vidéodisque de photos. À l'automne s'ajoutent huit nouveaux établissements (une bibliothèque publique et sept bibliothèques universitaires) dotés d'un prototype plus évolué : sur le thème « *L'Amérique au début d'un nouveau siècle, 1880-1920* », il comporte aussi bien des photos que des affiches, des « incunables » du film, de la musique, les premières publicités radiophoniques et les voix d'hommes célèbres de l'époque.

On prête aux établissements cobayes les disques existants et, le cas échéant, le matériel manquant. Ils notent sur un carnet électronique leurs problèmes,

devant par ailleurs répondre à des enquêtes menées par un consultant extérieur. Une trentaine de nouveaux sites doivent être sélectionnés courant 1991 et, pour une plus grande sensibilisation des élus, on s'efforce actuellement de faire financer par le Madison Council l'installation du programme dans trente-cinq districts envoyant un représentant au Sénat.

Une station de travail complète comprend un micro-ordinateur, deux lecteurs périphériques (un pour CD-ROM, un pour vidéodisques), un écran de télévision, des écouteurs, une imprimante laser et un numériseur d'images vidéo en vue de leur impression. Elle coûte actuellement environ 10 000 dollars, mais on peut déjà travailler à partir de 5 000 dollars. À cela s'ajoutent les disques compacts (information numérique) ou

vidéo pour images et son (information analogique), ainsi qu'un catalogue général sur CD-ROM de l'ensemble des collections reproduites.

Comme il est souhaitable que les matériels utilisés ne soient ni trop sophistiqués, ni trop onéreux, il en résulte parfois des contraintes. Ainsi, bibliothèques et écoles ont le plus souvent des portables, sans capacité suffisante pour la transmission d'images haute résolution, sans imprimantes ni écrans spéciaux. On doit donc, par exemple, différer la reproduction de documents comportant cartes et dessins d'architecte.

Les coûts de l'équipement devraient progressivement baisser. IBM, qui travaille à un micro moins cher que celui d'Apple, utilisé actuellement, a ainsi pris l'initiative de proposer à la Bibliothèque

un *Visionary project* pour les prochaines années, afin de produire un matériel mieux adapté et à moindre prix. Apple a lancé, de son côté, *The Library of tomorrow*, qui finance les innovations informatiques dans les bibliothèques.

On choisit de copier des documents primaires provenant de fonds spéciaux, avec peu ou pas de commentaires. Chaque disque comporte une présentation et une bibliographie critique, afin d'encourager une plus grande utilisation de la bibliothèque où est installé *American memory*. La reproduction est confiée sur contrat à des sociétés extérieures et une trentaine de nouveaux produits devraient être réalisés durant les prochaines années. D'ores et déjà, les autres bibliothèques sont consultées pour faire part des collections qu'elles souhaitent voir reproduire en priorité.

De nombreux points sont à régler avant que les premiers disques soient disponibles en 1992. Ainsi le copyright, même si le problème est contourné en grande partie avec les documents historiques. Ainsi encore la commercialisation : doit-on conserver le système actuel de dépôt obligatoire à certaines bibliothèques, avoir recours à un diffuseur ? Ainsi enfin la collaboration avec le privé sur un marché en développement : National Geographic, Lucasfilm et Apple, par exemple, se sont mis d'accord pour produire des vidéos géographiques interactives ; ABC News et Optical data, des vidéos historiques. Un partenariat avec des éditeurs pédagogiques est envisagé. Ces éditeurs créeraient leurs propres produits à partir des documents de la bibliothèque.

On mise sur le goût pour l'électronique des écoliers et des étudiants, qui sont le public visé dans un premier temps. Au fur et à mesure du développement de l'offre viendront les chercheurs, puis le grand public, notamment pour l'histoire locale ou la généalogie. A terme, les progrès techniques devraient permettre le stockage des données sur ordinateurs et leur interrogation par des particuliers, pourvu qu'ils soient équipés d'un PC et d'un modem.

American memory, qui n'en est encore qu'à sa phase initiale, est un projet de longue haleine. Si des entreprises similaires ont été développées par les Archives nationales et le Musée national de l'air et de l'espace, celle-ci se caractérise par son ambition. *American memory* s'inscrit dans une lignée de créativité technologique de la bibliothèque du Congrès dont il peut tirer profit

charge des bibliothèques participantes. Le suivi est constant de la part de la Bibliothèque du Congrès où, notamment, 21 bibliothécaires volontaires (*troubleshooters*) se relaient au téléphone pour répondre à toute question.

ROLLUP est l'occasion d'évaluer les coûts pour les partenaires (temps en personnel pour la Bibliothèque du Congrès, télécommunications pour les partici-

American memory marque l'amorce d'une nouvelle révolution dans la profession

(Optical disk pilot project de 1982 à 1988). Il devrait, de plus, s'ouvrir rapidement à la coopération avec d'autres bibliothèques. Après la diffusion des notices sur cartes au début du siècle et la généralisation du format MARC dans les années 50-60, il marque l'amorce d'une nouvelle révolution dans la profession ayant encore pour origine la bibliothèque du Congrès.

LC Direct

Lors des onze forums tenus en 1988 à travers le pays, de nombreuses bibliothèques émettent le souhait d'avoir accès en ligne à LOCIS (Library of congress information system), qui comprend notamment les notices catalographiques de la bibliothèque, le fichier du copyright et un condensé des lois débattues au Congrès depuis 1973.

Un groupe interne a bientôt pour tâche, parmi 64 bibliothèques volontaires pour le projet-pilote, d'en sélectionner 14 de tous types et de toutes régions : c'est le début de ROLLUP (Remote online LOCIS user pilot). Cette opération a été menée d'octobre 1989 à mai 1990, après que les représentants des sites choisis aient effectué, en septembre, un stage de deux jours de formation à Washington.

Seules les liaisons, soit par le réseau téléphonique normal (très chères), soit par Telenet ou, à titre expérimental, Internet, sont à la

pants), de savoir si les bibliothèques sont prêtes à payer pour ce service, et si oui, combien, ou si elles préféreraient avoir accès à LOCIS par les serveurs commerciaux classiques. C'est aussi l'occasion d'étudier la possibilité de remplacer dans certains cas l'accès en ligne par des CD-ROM, de mesurer l'impact sur le prêt interbibliothèques...

ROLLUP remet son rapport en juin 1990. Etant donné les répercussions limitées sur le système et le prêt interbibliothèques, il recommande de lancer un second projet-pilote amélioré (enrichi des bases des 14 bibliothèques initiales et du réseau de la Library for the blind and physically handicapped) proposé aux 51 bibliothèques, au niveau des Etats⁷, et englobant la dizaine de bibliothèques initiales qui ne faisaient pas partie de cette catégorie. C'est *LC Direct*, commençant le 15 janvier 1991 pour une durée de deux ans, qui poursuit ainsi, selon le mot de Billington, « l'ouverture électronique des portes de la bibliothèque au reste de la nation ».

7. Il s'agit la plupart du temps de bibliothèques d'Etat mais parfois, comme la Boston public library pour le Massachusetts, d'autres établissements peuvent jouer ce rôle. Fin novembre 1990, après mailing et enquête téléphonique auprès des bibliothèques, 49 sont favorables au projet.

Toutefois, *LC Direct* est actuellement handicapé par une interface peu conviviale. Ensuite, si avoir LOCIS en ligne constitue un progrès, la plupart de ses produits sont déjà disponibles en différé sur supports variés (bandes magnétiques lisibles en machine, CD-ROM, microfiches, ...), même si c'est souvent au bénéfice des plus grosses bibliothèques. Enfin, le « plus » qu'il offre par rapport aux services commerciaux s'amenuise sans cesse. DIALOG fournit depuis 1987 les dossiers du copyright tandis que, depuis janvier 1990, OCLC, grâce à EPIC, autorise une recherche par sujets. LOCIS semble n'apporter un avantage réel que pour deux services : les condensés des lois débattues par le Congrès, enrichies de dossiers de presse et accessibles par sujets, sénateurs, veto du Président, ... (encore que LEXIS offre maintenant une partie de ce ser-

vice) et les citations bibliographiques que, seule, propose une petite société.

L'avantage décisif semble être le prix : 3 000 dollars par an avec gratuité jusqu'au 1^{er} avril 1991. La fixation du tarif était d'autant plus délicate que, après le projet désastreux et sans concertation préalable avec la profession — mais désormais reporté *sine die* — de percevoir un copyright sur les notices MARC, les efforts de la bibliothèque pour créer de nouveaux services payants ont récemment alourdi le climat. Le projet étant autofinancé, les 3 000 dollars sont censés recouvrir le coût du projet-pilote lui-même et la moitié des coûts en personnel... pour autant qu'on puisse les quantifier.

LC Direct comporte surtout un autre intérêt immédiat plus politique. En effet, les membres du Congrès ne peuvent qu'être sen-

sibles au fait que leur Etat bénéficie de ce lien, qui contribue notamment à faire connaître au pays les lois qu'ils élaborent. Enfin, l'initiative est particulièrement opportune, au moment où doit se tenir début 1991 la deuxième *White house conference on libraries*, convoquée à l'initiative du Président des Etats-Unis et du Congrès, rassemblant des délégués de chaque Etat, et qui doit fixer les grandes lignes du développement des bibliothèques américaines pour les années 90.

A terme, le bénéfice est plus patent encore, la création de ce réseau électronique pouvant servir de support à d'autres initiatives et permettre à la Bibliothèque du Congrès de renforcer son rôle de Bibliothèque nationale *de facto*. Outre le fait qu'une extension ultérieure de *LC Direct* aux petites et moyennes bibliothèques présenterait un réel intérêt pour ces

dernières, on prévoit déjà d'autres utilisations : ainsi les établissements reliés pourraient-ils avoir accès à *American memory*, prochainement pour le texte et d'ici cinq à dix ans pour les images.

Cette offensive sur plusieurs fronts n'épuise pas les initiatives de la bibliothèque dans d'autres domaines : projet d'un *Discovery center* pour améliorer l'accueil sur place, *Council of scholars* à vocation élargie pour les chercheurs... Elle n'innove pas complètement puisque, par exemple, le *Center for the book* utilise pour la promotion du livre les médias concurrents (presse écrite, radio et télévision), bénéficiant par ailleurs d'un large soutien financier privé. Washington n'étant pas une capitale intellectuelle et le pays étant vaste, la bibliothèque a une longue tradition d'actions extérieures (*outreach*), inaugurée par la diffusion des produits du catalogue en 1901. Il s'agit maintenant de la démultiplier et de la démocratiser en mettant à profit l'explosion en cours des moyens de communication de masse.

Ces initiatives sont peu gourmandes en personnel. Elles ne coûtent rien la plupart du temps et peuvent même générer à terme revenus et financements privés (*Civilization*). Le seul projet autofinancé (*LC Direct*) est à peu près

une opération blanche et il s'agit d'un outil de relations publiques formidable.

De plus, ces initiatives s'épaulent mutuellement et permettent le partenariat avec le monde des bibliothèques d'abord, renforçant le rôle de catalyseur de l'établissement au sein de la profession, mais aussi avec d'autres organisations éducatives et culturelles.

niques tout court. Ces nouveaux éléments sont mieux payés que les bibliothécaires, afin que leurs conditions d'embauche par rapport au secteur privé ne soient pas totalement dissuasives. Cet apport d'« air frais » risque de marginaliser les bibliothécaires dans leur royaume, jugés parfois comme sachant mal vendre leurs services.

Cette offensive sur plusieurs fronts n'épuise pas les initiatives de la bibliothèque

Elles seraient souvent impossibles sans la participation d'entreprises privées, avec lesquelles la Bibliothèque du Congrès apprend de plus en plus à travailler.

Leur efficacité semble déjà perceptible avec l'augmentation de 12% des crédits votés par le Congrès pour la prochaine année fiscale, augmentation exceptionnelle dans un budget général plutôt morose.

Toutefois, ces projets font largement appel à des gens de l'extérieur, plus au fait des techniques de communication... ou des tech-

Enfin, la bibliothèque, se livrant à une fuite en avant, doit non seulement bénéficier d'une aide accrue pour poursuivre, structurer et élargir son effort, mais aussi d'un accroissement régulier du budget voté par le Congrès, afin que l'intendance — les différents services, de plus en plus sollicités par ces initiatives — suive. Il est vrai que c'est là un des buts majeurs recherchés, mais sa réalisation dépend quand même largement de l'évolution du climat économique général.

Janvier 1990