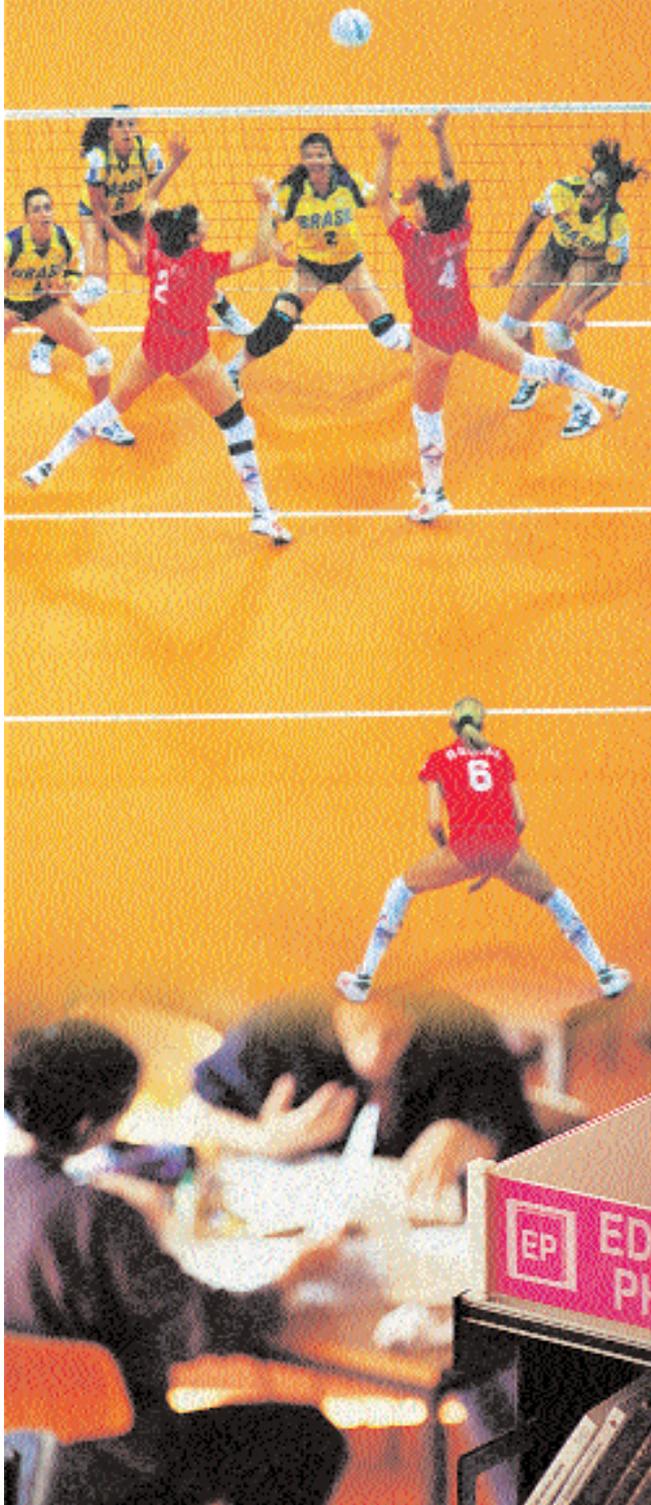


2^E PARTIE

**RECOMMANDATIONS
POUR L'ETABLISSEMENT
D'UN CENTRE
D'INFORMATION
DU SPORT**





2.1 L'ANALYSE

DES BESOINS

Une bibliothèque du sport, centre de documentation ou centre d'information, est généralement créée pour fournir l'accès à de l'information enregistrée, pour un public défini et pour les individus composant ce public.

Une bibliothèque du sport, centre de documentation ou centre d'information, est généralement créée pour fournir l'accès à de l'information enregistrée, pour un public défini et pour les individus composant ce public. Dans certains cas, le centre d'information peut s'adresser à une petite communauté dans une institution jouant un rôle dans le sport, comme un collège d'éducation physique. Dans d'autres cas, le centre peut être créé pour servir toute la communauté sportive d'une nation, comme c'est le cas pour un centre national d'information sportive.

Il convient de remarquer, de prime abord, que les centres d'information du sport ou les bibliothèques du sport n'ont pas d'existence pour eux-mêmes, ils constituent les ressources destinées à satisfaire les besoins spécifiques d'information d'une clientèle identifiée.

Quelles que soient la dimension et les caractéristiques du public concerné, les centres d'information et les bibliothèques du sport doivent, en général, acquérir, donner accès et diffuser un matériel documentaire qui comprend : des ouvrages, des périodiques, des brochures, des diapositives, des photographies, des coupures de presse, des vidéocassettes, des microformes, des CD-ROM et, de plus en plus, des services en ligne. Ces matériels doivent faire l'objet d'une sélection en fonction d'objectifs précis et doivent être organisés en vue de la recherche, l'utilisation et la diffusion, par un manager qualifié de l'information.

Selon Penna [22] nous vivons une mutation de plus en plus importante du concept de bibliothèque. De nos jours, les bibliothèques se transforment en centres de communication, plus que de distribution de livres et la distinction faite, dans certains pays, entre bibliothèques et centres de documentation a de moins en moins de raison d'être.

Lors de la création d'une bibliothèque, d'un centre de documentation ou d'information du sport, le plus important est de définir les missions et les objectifs du service d'information. Cette définition dépend, en général, de deux facteurs :

- des besoins de l'institution qui héberge la bibliothèque, le centre d'information ou de documentation, et
- des besoins individuels des personnels qui œuvrent pour cette institution.

Les besoins de l'institution

Lors de l'établissement d'une bibliothèque ou d'un service d'information il est primordial que les objectifs du service d'information sportive soient en concordance avec ceux de l'organisme, institution ou agence, qui l'héberge. Par exemple, si le centre d'information doit être installé dans un collège d'éducation physique, il est vraisemblable que les objectifs du centre concerneront le support des enseignants et des entraîneurs de l'institution. Si le centre d'information doit être localisé dans un département ministériel, il est vraisemblable que le service soit destiné à fournir de l'information aux décideurs de la politique sportive. Si, toutefois, le centre doit être situé dans un institut du sport, probablement aura-t-il à répondre aux besoins d'information des entraîneurs, des athlètes et, peut-être, des chercheurs ou des médecins du sport qui travaillent dans cet institut.

Comment détecter les besoins de l'institution

Lors de l'élaboration d'un centre d'information, la première chose à faire est de consulter les documents fondamentaux de l'institution : rapports annuels, brochures de présentation, textes officiels ou réglementaires constitutifs de l'institution support. Cette documentation fournit des informations sur les objectifs principaux de l'institution support, ainsi que les caractéris-

tiques de son personnel et des besoins en information que le centre devra satisfaire.

En second lieu, le concepteur du centre d'information doit rencontrer le responsable de l'institution support, afin de recueillir sa position concernant le motif principal de création du centre d'information. Ils doivent clarifier comment le service devra s'adapter aux objectifs généraux de l'institution support, et définir qui pourront être les utilisateurs de la bibliothèque, du centre d'information ou de documentation. Il est essentiel que la personne en charge de la création du centre d'information, ainsi que ceux auxquels il s'adresse, aient une vision partagée des raisons de sa création. Il n'y a aucune justification à la mise en place d'un service d'information pour le public, si l'institution support ne souhaite pas lui affecter un bâtiment, qui puisse héberger la bibliothèque ou le service d'information.

Comment déterminer les besoins individuels dans l'institution

En plus de s'assurer des principaux besoins de l'institution, il est également nécessaire de consulter un large échantillon des publics qui utiliseront le centre d'information, afin de déterminer leurs besoins d'information les plus vraisemblables. Clayton [10] signale que cette consultation des utilisateurs, identifiés ou potentiels, est essentielle pour les raisons suivantes :

- les utilisateurs constituent, de toute évidence, le meilleur groupe pour identifier

leurs propres besoins, et définir leurs priorités

- les utilisateurs qui participent activement au processus de planification, seront, selon toute vraisemblance, les meilleurs supporters des propositions qui en découleront
- les propositions qui résulteront de ce type de consultation, auront également les meilleures chances d'être acceptées par les administrateurs et les organes de tutelle.

Cette consultation avec les utilisateurs, identifiés et potentiels, peut être réalisée par des entretiens individuels, également avec des groupes cibles et des réunions, au cours desquelles les personnes puissent exprimer leur vision sur la manière dont le service d'information pourrait satisfaire leurs besoins d'information. Les besoins peuvent aussi être décelés par un processus d'enquête, avec questionnaire diffusé aux utilisateurs potentiels, puis analysé. Dans chacun de ces forums, il est essentiel de prendre des notes



et de lister les besoins d'information afin de les analyser dans le détail et de les incorporer, par la suite, aux buts et objectifs du centre.



Au cours de l'analyse des besoins, il est vraiment important que les utilisateurs puissent exprimer leurs besoins, et qu'ils ne soient pas conduits à les formuler d'une manière suggérée par le manager du service ou le conservateur. D'où l'utilité des groupes de discussion et des groupes cibles, qui ne demandent pas aux utilisateurs de répondre à un questionnaire ou un formulaire d'enquête, préparé par un expert et fondé sur sa propre perception des besoins des utilisateurs.

Il faut cependant noter que cette consultation des usagers n'est pas seulement un exercice de relations publiques. Si le centre d'information décide de ne pas répondre à certains besoins exprimés, il doit alors en expliciter les raisons sinon les utilisateurs risquent de développer des attentes irréalistes vis à vis du service.

On rencontre, à l'évidence, des difficultés à déterminer ces besoins, lorsque certains utilisateurs potentiels possèdent quelque expérience des possibilités qu'un centre d'information peut leur offrir, aussi, dans ce cas, il peut être nécessaire que l'expert stimule leur imagination au-delà de ces possibilités connues. Parfois le responsable du service peut avoir à rechercher des listes d'ouvrages, périodiques ou vidéocassettes et donne la possibilité aux utilisateurs de s'exprimer sur l'utilité de ces types de ressources. Il est important que l'identification des besoins prenne en compte les utilisateurs distants, comme les agents régionaux, car leurs besoins peuvent être un peu différents de ceux qui sont localisés dans l'établissement central. Dans l'idéal, le responsable de la création du service devrait rencontrer ce public pour comprendre ses besoins et les spécificités de ses activités. Toutefois, en cas d'impossibilité de rencontre, le recueil des besoins peut être effectué par téléphone ou par enquêtes adressées par la poste ou par voie électronique.

Dans les pratiques modernes de management, il est essentiel d'impliquer le client dans le développement du service. Dans le domaine des services d'information, un utilisateur, identifié ou potentiel d'un service d'information doit être considéré comme un client ou un client potentiel et le service doit, en permanence, être développé dans l'objectif de répondre aux besoins de ses clients.

Il est important qu'à l'intérieur du processus de planification, le plan stratégique soit conçu dans le contexte environnemental du service d'information. Ce plan doit prendre en compte les valeurs des personnels de l'institution, ainsi que celles, générales, de l'institution elle-même, le but étant que les objectifs individuels et ceux de l'institution soient en harmonie. Par exemple, il serait déplacé qu'un service d'information planifie la fourniture de données scientifiques sur le sport à des athlètes, si aucune équipe interne à l'institution ne possède d'expertise en sciences du sport.

L'analyse des besoins ne doit pas être considérée comme un exercice sans lendemain. Pour maintenir le service d'information en concordance avec ses usagers, ce recensement des besoins doit être permanent. Le service d'information pourra, parfois, prendre conscience d'un nouveau besoin en interrogeant ses utilisateurs, comme par exemple, le besoin d'information pour un nouveau projet de recherche ou une nouvelle politique. Ce n'est, toutefois, pas toujours le cas, et, il peut être nécessaire de temps en temps d'interroger les utilisateurs ou de créer des forums de discussion pour s'assurer que le service est bien en accord avec les besoins. Il est également nécessaire que l'équipe du service soit active vis à vis de la détection des changements stratégiques dans l'institution. Un changement de gouvernement, un nouveau ministre, ou un nouveau directeur, par exemple, peuvent induire des changements d'orientation politique qui peuvent avoir un

impact sur les besoins d'information des personnes de cette organisation.

Une fois l'analyse des besoins achevée, le service d'information peut alors préparer un document qui statue sur ce qui sera fourni (éventuellement sur ce qui ne le sera pas) par le service d'information. Il devra établir également quels besoins d'information seront satisfaits en tenant compte des contraintes budgétaires et pratiques rencontrées dans la fourniture des ressources et services demandés. Par exemple, chaque chercheur scientifique du sport peut demander à disposer d'un certain périodique, mais seul un exemplaire peut être acquis et devra être partagé, par un processus de circulation mis en place par le manager de la bibliothèque ou du centre d'information.

Bien que l'analyse des besoins soit, en général, réalisée à un niveau collectif dans l'institution support de manière à établir les grandes lignes de la politique du service d'information, il convient également de prendre en compte les besoins individuels d'information du groupe de ses usagers. Grâce aux progrès technologiques, comme la Diffusion Sélective de l'Information (DSI), il est désormais possible de configurer la fourniture d'une information spécifique pour un utilisateur particulier, en concordance avec un profil informationnel prédéterminé. Le même genre de services est également disponible pour la fourniture électronique de pages de sommaires, au travers de services tels que «*CARL Uncover*» sur Internet. Même sans systèmes en ligne sophistiqués, le manager de l'information peut mettre en oeuvre des services DSI manuels qui s'adresseront à des utilisateurs spécifiques pour satisfaire des besoins spécifiques. Ceci est manifestement plus opérationnel dans une petite structure spécialisée, où s'établit un haut niveau de relations personnelles entre l'équipe du centre et ses utilisateurs, plutôt que dans une bibliothèque ou un service d'in-

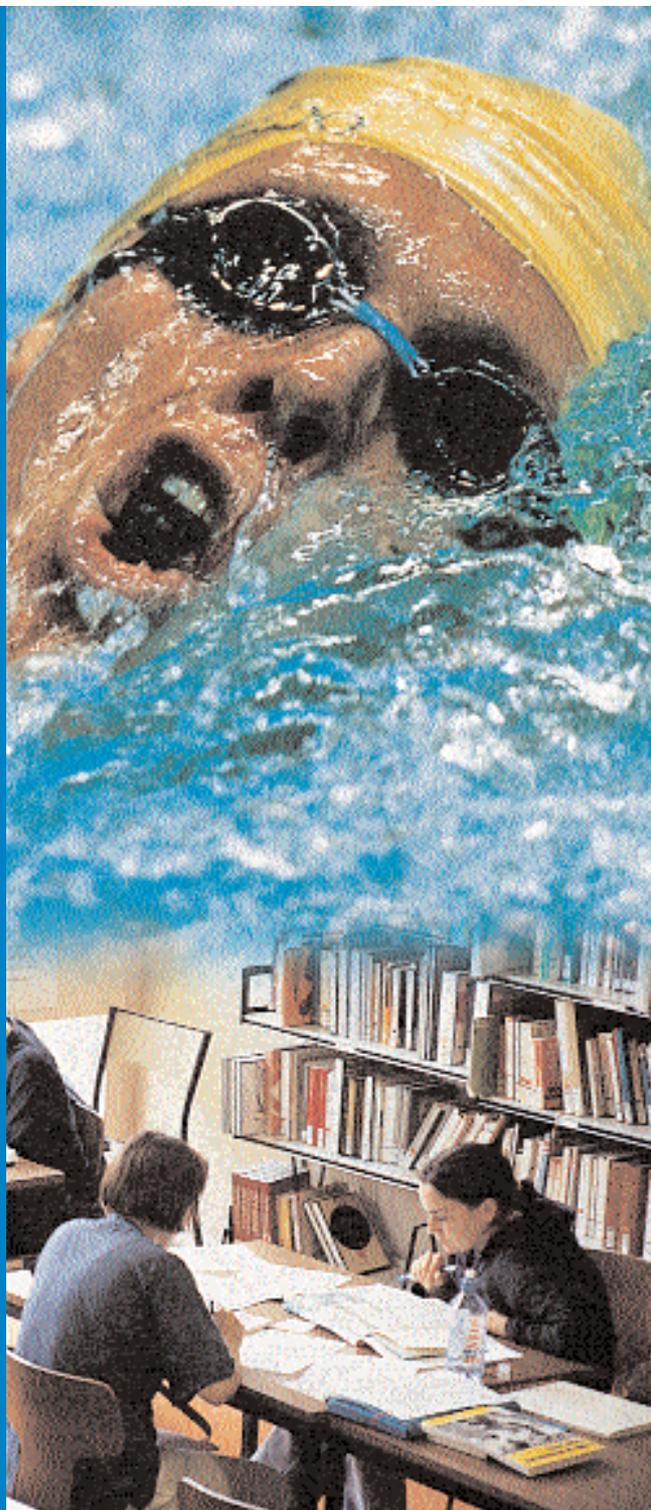
formation chargés de répondre à des besoins publics ou à ceux d'une vaste population d'étudiants.

Dans tous les cas, le but du service d'information est de satisfaire les besoins d'information de ses utilisateurs et qu'ils soient en concordance avec les objectifs généraux de l'institution support.



2.2 LES LOCAUX

Avant de planifier l'organisation de l'espace où toute une série de services sera mise en place, avec des équipements matériels, il faut souligner l'importance du cadre où ces services seront offerts, c'est à dire les locaux.



Avant de planifier l'organisation de l'espace où toute une série de services sera mise en place, avec des équipements matériels, il faut souligner l'importance du cadre où ces services seront offerts, c'est à dire les locaux.

L'installation d'un centre d'information comprend les locaux, le mobilier, l'équipement et l'aménagement de l'espace pour mener à bien toute la série des tâches et déployer les services à l'intention des usagers. Trouver l'emplacement adéquat pour proposer ces services est une condition fondamentale pour que le centre puisse développer tout son potentiel.

Pour ce qui concerne l'immeuble, il peut s'agir d'une construction nouvelle ou bien de la réhabilitation d'un bâtiment existant. Les deux situations sont différentes (la première est plus lourde), cependant, dans les deux cas, le responsable du centre d'information élaborera un cahier des charges qui prendra en compte toute une série de considérations à caractère économique et technique.

Le choix des locaux destinés au centre d'information sportive est subordonné à leur situation dans le bâtiment et par une série de conditions structurelles. Le papier, élément majoritaire dans les centres, est un matériau lourd qui contraint à prendre des mesures faisant référence à la charge, en particulier dans le local destiné au magasinage. Seront également prises en compte les conditions d'accueil du public (en incluant les personnes handicapées), la sécurité des personnes et des biens, l'alimentation électrique, etc. D'autres facteurs dépendant du budget disponible et de la volonté des autorités supérieures d'allouer un espace pour le centre d'information sont également essentiels dans la détermination de la localisation du centre.

Dans l'idéal, le centre d'information devrait être placé dans un lieu stratégique, aisément accessible aux utilisateurs.

Le programme ou le dossier de projet

Le programme fixe les missions, les objectifs, les fonctions du centre ainsi que les infrastructures pour les services qui seront mis en place. Ce programme ou dossier de projet doit être préparé par le responsable du centre d'information sportive, en collaboration avec l'architecte ou le constructeur, afin de définir la planification du projet en réponse aux demandes spécifiques du cahier des charges élaboré par le responsable du centre et son équipe.

Un certain nombre de données numériques sont à transmettre à l'architecte, parmi lesquelles les plus importantes concernent: le nombre de mètres linéaires de rayonnages et le nombre d'usagers qui bénéficieront du service. C'est dire que le fonds documentaire et les usagers constituent les «éléments clés» du concept de planification de la structure de toute bibliothèque ou de tout centre d'information.

Le programme doit également distinguer les différentes zones de fonctionnement, sur la base desquelles sera réparti l'espace:

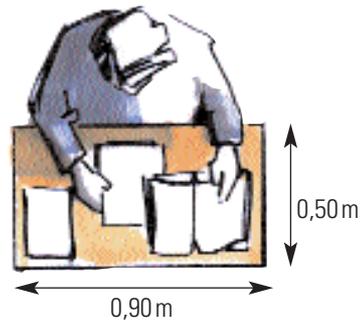
- zone d'accueil et de prêt
- zone des documents de référence
- zone de consultation des documents
- zone de consultation de supports divers:
 - bases de données
 - microformes
 - audiovisuels
- zone de travail pour le personnel
- zone de reprographie
- zone de libre accès
- zone de magasin.

Organisation de l'espace

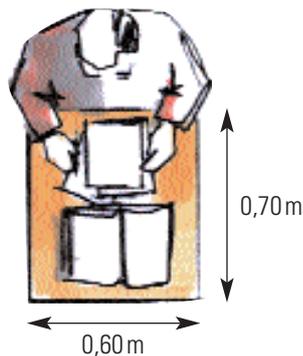
Le programme permet de répartir et de disposer l'espace en accord avec un plan fonctionnel [19].

TABLES DE TRAVAIL

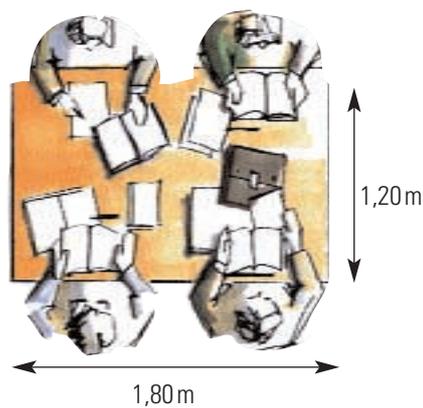
(pour une salle de lecture ou le secteur de consultation des usuels)



Place nécessaire pour un lecteur
disposition des documents en largeur



disposition des documents en profondeur



pour 4 lecteurs

J. Gascuel. *Un espace pour le livre*. Paris: Editions du Cercle de la Librairie, Promodis, 1993, p. 55

Dans l'organisation d'un centre d'information, deux circulations de base sont à considérer: celle du document et celle de l'utilisateur. Il faut prévoir le circuit que fera l'utilisateur, de l'extérieur du centre jusqu'au poste choisi, afin d'établir une distribution logique de l'espace.

A cet effet, il convient de tenir compte des différentes catégories d'utilisateurs concernés par le service. Le chercheur qui demande un article précis, le journaliste qui a besoin d'une donnée, et qui s'en vont lorsqu'ils ont obtenu l'information; l'utilisateur qui attend d'être renseigné, celui qui veut constituer une liste bibliographique et qui consulte toutes les sources d'information dans les différents supports, celui qui aime se perdre dans les rayonnages ou celui qui vient lire le journal.

Pour rentabiliser l'espace, il est utile de mixer les agencements dans la salle de lecture, c'est à dire de combiner les zones destinées aux rayonnages avec les aires de certains services. Les ouvrages de référence et de consultation sont disposés dans des rayonnages en libre accès. On estime qu'il faut compter de 35 à 40 ouvrages pour 1m linéaire, et 2,5 m² par place de lecture.

Si on utilise un présentoir dans l'espace réservé aux périodiques, dans lequel les revues seront placées horizontalement avant reliure, il faut prévoir 4 titres pour 1m linéaire.

La visualisation des cassettes vidéo est réalisée dans des espaces individuels où chaque utilisateur dispose d'un casque d'écoute. Il convient d'exposer les cassettes avec les appareils - ou sinon les boîtes vides (fantômes)- afin de faciliter l'information des utilisateurs sur le fonds disponible.

On disposera d'un nombre suffisant de places assises pour les utilisateurs, en accord avec les prévisions du programme.

Il est de plus en plus fréquent que les centres attribuent un espace individuel aux chercheurs. En règle générale, il s'agit de pupitres en batterie, ou d'espaces mitoyens séparés par des cloisons, qui facilitent l'isolement nécessaire, et où les chercheurs peuvent utiliser leur ordinateur personnel.

Si le centre d'information prévoit un service de prêt, il faut estimer le nombre potentiel d'usagers et faire en sorte de placer la banque de prêt dans une zone proche de la sortie, éloignée de la salle de consultation. Il est important de ne pas créer d'espaces aveugles; les personnels du service d'information doivent pouvoir visualiser les mouvements et le comportement des usagers. Une position stratégique facilite également leur localisation et les usagers savent à tout moment à qui ils peuvent avoir recours.

Le dépôt destiné à stocker le fonds documentaire qui n'est pas directement mis à la disposition des lecteurs, peut se trouver au même étage, dans un local mitoyen, en sous-sol ou en forme de tour. Dans un dépôt fermé on estime qu'il faut réserver 5,5 m² pour 1000 volumes.

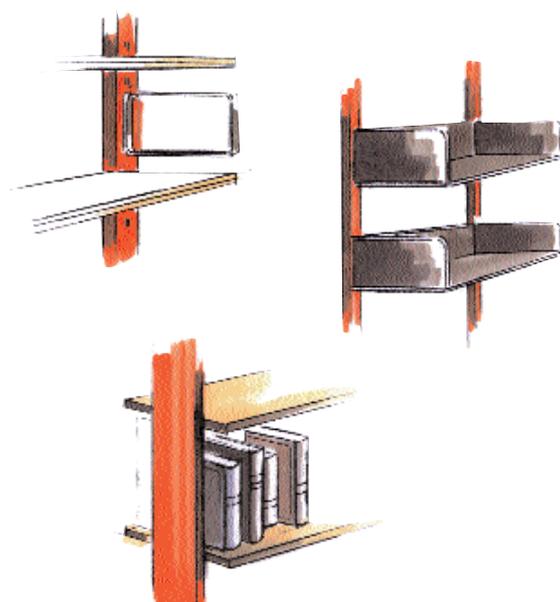
Il faut s'assurer que ce dépôt soit bien adapté au stockage des documents, dispose de contrôle de température, soit sec et exempt de tout insecte pouvant nuire au contenu du dépôt.

Grâce aux nouvelles technologies de l'information il est clair que les bibliothèques et les centres d'information sportive sont des lieux où vont être déployés de multiples moyens d'information. Si le centre souhaite intégrer ces nouvelles technologies, il doit tenir compte dans la distribution de l'espace, des exigences de l'informatisation. Il convient de prévoir l'emplacement des ordinateurs et des autres accessoires, les différentes possibilités de câblage, ainsi que les branchements téléphoniques.

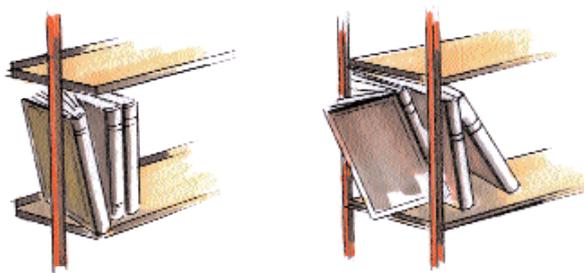
Le mobilier

Hormis le mobilier du personnel il faut prévoir le mobilier nécessaire pour la réception des usagers, tables de travail, chaises, fauteuils, tables basses, présentoirs, vitrines, vestiaire, etc. [19]

ACCROCHAGE DES TABLETTES ET MAINTIEN LATERAL DES VOLUMES

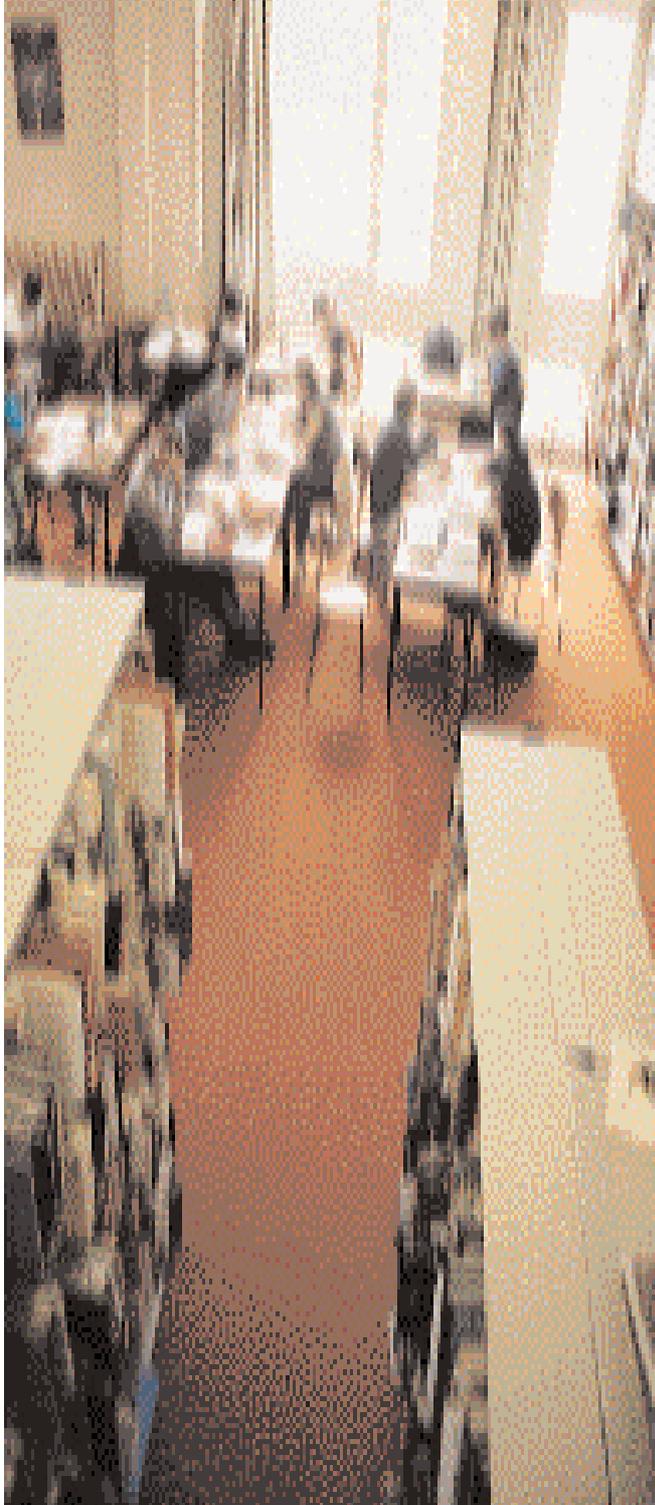


solutions satisfaisantes



solutions contestables

J.Gascuel. *Un espace pour le livre*. Paris: Editions du Cercle de la Librairie, 1993, p. 85



L'équipement

Il existe une grande variété de modèles de rayonnages, fixes ou mobiles, en bois ou métalliques. On utilise les fixes pour la zone de libre accès. Il est important que les étagères soient réglables et que les montants latéraux possèdent un panneau plein pour faciliter une position correcte des livres. Un butoir de fond est également recommandé. Dans la zone de magasin, selon les dimensions du centre, on place les rayonnages mobiles (compactus), la commande pouvant être manuelle, semi-automatique ou automatique. Ces matériels sont très utiles pour une gestion optimale du volume de stockage disponible.

Pour les différentes catégories de supports: affiches, photographies, diapositives, microfilms on utilise des armoires spéciales de rangement. Il existe également des armoires protégées contre le feu, la chaleur ou l'humidité où l'on peut placer les documents les plus sensibles, fragiles ou de valeur.

Autres éléments du programme

Bien que le projet d'organisation comprenne toute une série de données numériques (mètres carrés de surface, mètres linéaires de rayonnages, etc.), il doit également intégrer des facteurs de confort, afin que l'utilisateur puisse se sentir à l'aise dans la bibliothèque. Parmi ces facteurs on trouve le mobilier, le silence, l'élimination des barrières architecturales et la température [14].

La qualité de l'éclairage - naturel ou artificiel - est une des conditions importantes du confort des lieux. Il existe des normes sur l'optimisation lumineuse, elles concernent aussi bien le type d'éclairage que l'intensité lumineuse devant régner dans les différentes aires de service. Bien que l'éclairage naturel soit d'un confort supérieur, il provoque un échange thermique important. Pour cela, il faut éviter que la lumière solaire se reflète sur les docu-

ments. Le papier jaunit avec le temps et l'excès de soleil ou un éclairage inadéquat affectent la couleur des photographies.

Un autre élément important concerne les conditions acoustiques. Dans l'organisation de l'espace, il faut tenir compte des sources sonores externes (assainissement, air conditionné, etc.) comme du bruit généré dans la salle de lecture par la présence du public dans les zones de prêt ou d'information, et le fonctionnement d'appareils de reprographie.

Il est possible d'atténuer, voire supprimer ces nuisances sonores grâce à plusieurs procédés. Si une insonorisation complète nécessite des traitements sophistiqués et coûteux, il existe cependant des solutions simples qui peuvent donner des résultats satisfaisants. Il faut disposer les rayonnages de façon à ce qu'ils jouent le rôle d'écrans acoustiques. Etant donné que le livre est un matériau lourd et spongieux, il peut absorber une gamme fréquentielle de sons importante.[14]

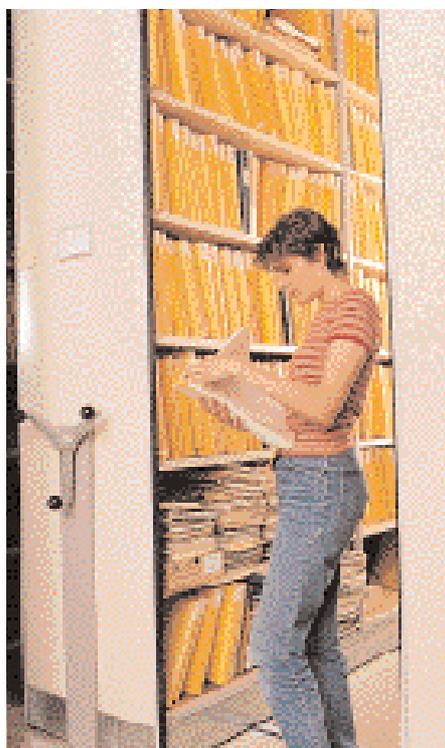
Pour la conservation des documents il faut tenir compte du degré hygrométrique du local, car l'excès d'humidité favorise l'apparition de champignons et de moisissures qui nuisent à la conservation du papier. Dans ce cas, il est nécessaire de disposer d'appareils qui absorbent l'humidité de l'air ambiant. Bien qu'il existe des normes de température d'ambiance et de degré hygrométrique recommandables, il convient de se renseigner auprès des fournisseurs sur les différents matériels proposés, car les conditions climatiques varient d'un pays à l'autre.

Lorsque la fréquentation du centre est importante, il devient nécessaire de protéger les documents en libre accès par la mise en service d'un appareil de détection électronique des vols.

Outre les dispositifs de sécurité des personnes et d'incendie, il convient de prévoir des instal-

lations techniques adéquates (électricité, climatisation, sanitaires, etc.)

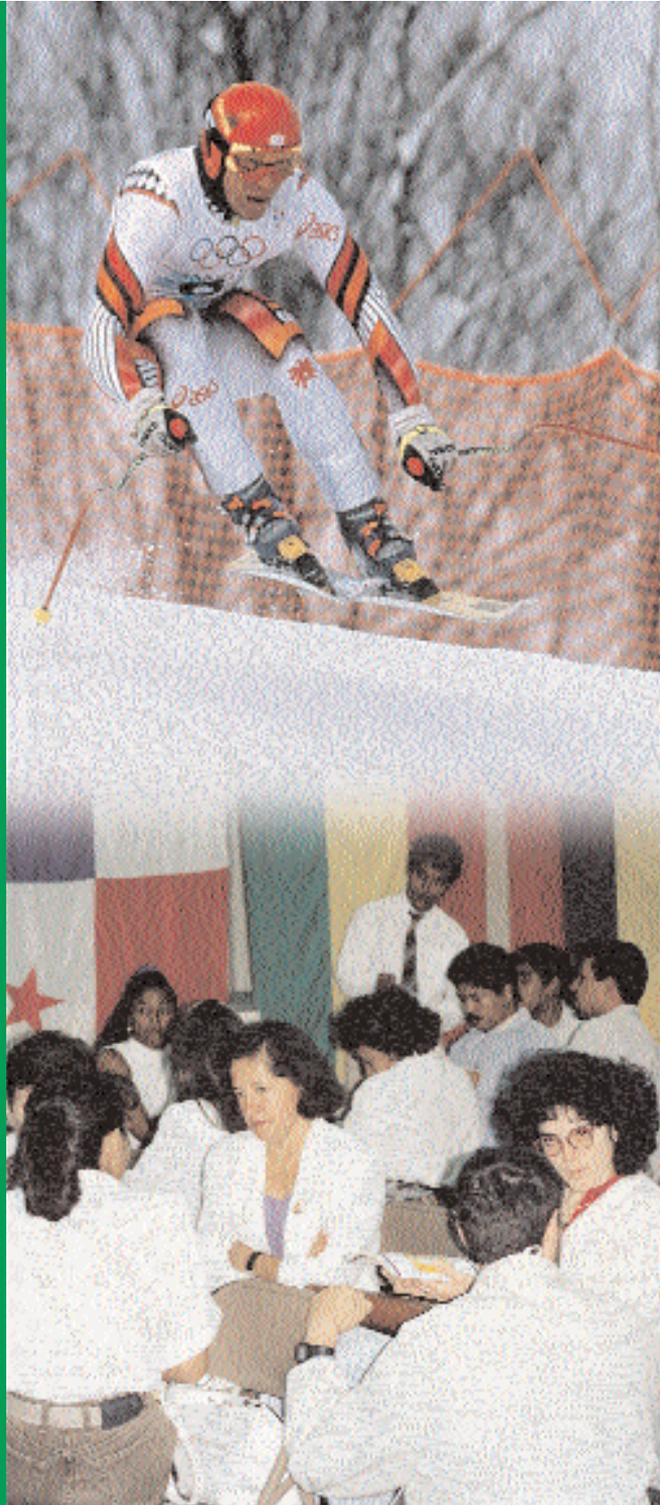
Enfin, il faut réglementer l'interdiction de fumer, de manger et de boire dans les salles de lecture, en raison des risques d'incendie, d'incommodation des usagers, et des détériorations causées par le tabac et les tâches qui peuvent être faites sur les documents.



2.3 LES PERSONNELS

Aborder la question des personnels du centre d'information sportive conduit inévitablement à devoir répondre à ces trois interrogations :

- quelles fonctions et quelles tâches sont à mettre en œuvre ?
- quelles qualifications sont nécessaires ?
- quel effectif est approprié ?



Aborder la question des personnels du centre d'information sportive conduit inévitablement à devoir répondre à ces trois interrogations :

- quelles fonctions et quelles tâches sont à mettre en œuvre ?
- quelles qualifications sont nécessaires ?
- quel effectif est approprié ?

Les fonctions et les tâches

Le type, le volume et la répartition des fonctions et des tâches, qui doivent être mises en œuvre dans un service d'information et de documentation, peuvent varier selon :

- l'ampleur et la portée de ses missions : centre à vocation nationale voire internationale, centre d'établissement, ou service d'une unité administrative, par exemple
- les caractéristiques de son public dominant : pratiquants et entraîneurs, chercheurs scientifiques, étudiants et enseignants, cadres administratifs, etc.
- les choix majeurs des services déployés : conservation et consultation, recherche et diffusion sélective, questions - réponses, etc.

On peut estimer, qu'en général, le service aura à mettre en œuvre :

- des fonctions de direction :
 - organisation et orientation du service
 - gestion administrative, financière et comptable
 - communication externe
- des fonctions d'animation
 - pilotage et développement des projets
- des fonctions d'information et de documentation
 - constitution du fonds documentaire
 - conservation du fonds documentaire

- traitement des documents
- recherche documentaire
- diffusion de l'information locale et distante

- des fonctions de veille informative
 - localisation et surveillance de sites
 - fourniture d'information à un public ciblé

- des fonctions de secrétariat

- des fonctions de logistique technologique
 - choix et mise en œuvre des équipements
 - suivi et entretien du matériel

Chacune de ces fonctions peut faire l'objet d'un ou plusieurs postes de travail spécialisés. Cependant, dans la plupart des situations, il s'agit de postes composites, c'est à dire faisant coexister sur un même poste de travail, plusieurs fonctions relevant de métiers différents. C'est, en particulier, le cas fréquent lors de la phase de création des centres au cours de laquelle les quelques créateurs doivent mener de front une multitude d'activités différentes.

Toutes ces fonctions se déclinent à leur tour en tâches qui ont pour objectif la réalisation concrète de l'ensemble des opérations nécessaires au bon fonctionnement du centre, c'est à dire à la couverture complète et efficace de ses missions.

Ces tâches sont caractérisées par leur niveau de complexité, les connaissances générales et techniques qu'elles réclament, les responsabilités qui leur sont attachées.

Il est classique de discerner plusieurs échelons professionnels correspondants à différents niveaux d'exécution des tâches :

- niveau professionnel d'exécution : pour la réalisation des tâches matérielles et élémentaires, ne nécessitant pas un niveau de qualification professionnelle élevée, mais, cependant, une initiation aux techniques documentaires (ex : équipement des ouvrages, rangement de la bibliothèque, etc.)

- niveau professionnel intermédiaire : il constitue le cœur des effectifs du centre pour la réalisation des tâches techniques, avec la possibilité de prendre des responsabilités et des initiatives. Ce niveau implique un niveau de qualification professionnelle et générale (ex: catalogage, indexation, recherche documentaire, fourniture sélective de l'information, etc.)
- niveau professionnel supérieur: pour la réalisation des tâches de conception, d'organisation et de supervision des différentes fonctions de la chaîne documentaire. Ce niveau requiert une solide formation professionnelle et générale, ainsi qu'une expérience de plusieurs années dans le domaine.

Il est évident que dans les petits centres ces niveaux auront tendance à se confondre, alors que dans les centres moyens les tâches pourront être partagées, facteur propice au renforcement de l'esprit d'équipe. Les unités importantes pourront réaliser une répartition analytique des tâches, et faire appel à des spécialistes pour les assurer.

Les qualifications

Dans l'idéal, le personnel d'un centre d'information sportive devrait réunir une triple compétence :

- Compétence dans le domaine du sport, afin d'être en mesure de mieux connaître les besoins des utilisateurs, de réaliser les choix pertinents des sources à acquérir, d'effectuer les traitements judicieux et, enfin, d'effectuer une diffusion sélective de l'information efficace
- Compétence dans le domaine des techniques et technologies de l'information, afin d'être en mesure de traiter rationnellement l'information recueillie, pour une recherche rapide et une mise à disposition

pertinente des informations, ainsi que pour assurer la communication et les échanges avec les autres centres

- Compétence dans les langues étrangères, en particulier l'anglais qui devient la langue véhiculaire du langage scientifique et technique, qui assurent l'apport extérieur sans lequel tout fonds documentaire demeure incomplet.

Il n'est certainement pas fréquent de rencontrer ces compétences rassemblées chez une seule personne, d'autant qu'elles correspondent à des formations et des milieux professionnels très distants dans la grande majorité des pays. C'est pourquoi la notion d'équipe prend ici tout son sens, afin d'assurer la présence des ces trois indispensables compétences dans la constitution et le fonctionnement du centre d'information sportive.

A ces compétences professionnelles, doivent s'ajouter d'indéniables qualités personnelles :

- interface entre producteurs et utilisateurs, le professionnel de l'information effectue un métier de communication et de contact. A ce titre il doit posséder un niveau de relations personnelles fortes
- au service des utilisateurs, il doit se montrer disponible et à l'écoute permanente de la demande
- partageant le plus souvent ses tâches, il doit avoir le sens du travail en équipe
- il doit faire montre d'ordre, de jugement et d'esprit de décision afin de classer et faire des choix parmi des solutions possibles et bien souvent contradictoires
- il doit être curieux vis à vis des autres, des informations, des techniques, des organismes. C'est une recherche permanente d'amélioration de la pertinence de ses prestations
- il doit se montrer adaptable à l'évolution des connaissances, des besoins et des

technologies, qu'il doit être capable de maîtriser

- il doit être persévérant, car il travaille le plus souvent dans la continuité; et modeste car il n'est jamais qu'un intermédiaire de l'information, dont il ne saurait recueillir l'avantage ou les mérites
- enfin, discrétion et rigueur professionnelle s'imposent dans l'exercice de ses fonctions. Elles font l'objet de règles de conduite, formalisées ou non dans des codes de conduite ou codes de déontologie, couramment admises par le consensus des professionnels [19].

Il est très difficile, en l'absence d'étude sur le sujet, de décrire avec précision les origines et les caractéristiques professionnelles des agents actuellement en fonction dans les centres d'information sportive de par le monde. On peut cependant discerner quatre grandes classes, dont l'importance relative peut être très variable selon les sites et les pays:

- les professionnels de l'information. Ils ont été formés dans des établissements spécialisés dans le domaine des sciences de l'information, soit exclusivement, soit après une formation dans une autre discipline. Ils constituent le fondement professionnel des activités du centre d'information par leur maîtrise des méthodes, des techniques et des technologies documentaires. En ce sens leur présence est essentielle pour assurer un cadre rationnel et durable au fonctionnement du centre. En revanche, il leur faut le plus souvent acquérir la connaissance du milieu, des besoins des utilisateurs et des sources d'information pertinente
- les professionnels du sport. Ils peuvent être d'origines diverses: entraîneurs, enseignants voire chercheurs. Le plus sou-



vent en fin de carrière (mais pas toujours), lorsque pour des raisons qui peuvent varier, ils ne peuvent ou ne souhaitent plus exercer leur métier initial. Ils apportent leur expérience et leur compétence dans leur domaine de spécialité, ont le contact «naturel» avec les utilisateurs dont ils ont une connaissance vécue des besoins. Leur position, souvent hiérarchique, peut être une aide précieuse pour le service, cependant il est indispensable qu'ils acquièrent une formation appropriée en sciences et techniques de l'information

- les professionnels d'autres branches de l'information. Ils peuvent être reprogrammes, informaticiens, ou techniciens de l'audiovisuel. Leur compétence peut être très intéressante dans le domaine des technologies développées par le centre. Une formation complémentaire en sciences et techniques de l'information pourra leur permettre de mieux intégrer leur activité spécialisée au travail d'ensemble. Il devront, le plus souvent sur le tas, acquérir les connaissances relatives au domaine et à ses usagers
- des personnels de statut administratif: secrétaires, attachés d'administration, le plus souvent nommés pour assister le fonctionnement du centre sur le plan administratif. Leur présence est indispensable pour assurer un certain nombre de tâches matérielles tenant à leur spécialité. Une formation complémentaire sera cependant très utile, afin de pouvoir tenir compte des spécificités d'un centre d'information du sport.

Les effectifs

La détermination des effectifs du service d'information sportive doit résulter de la mise en parallèle de la capacité de l'offre (notamment au plan de la masse salariale affectée au

personnel du service), avec le niveau qualitatif et quantitatif de la demande.

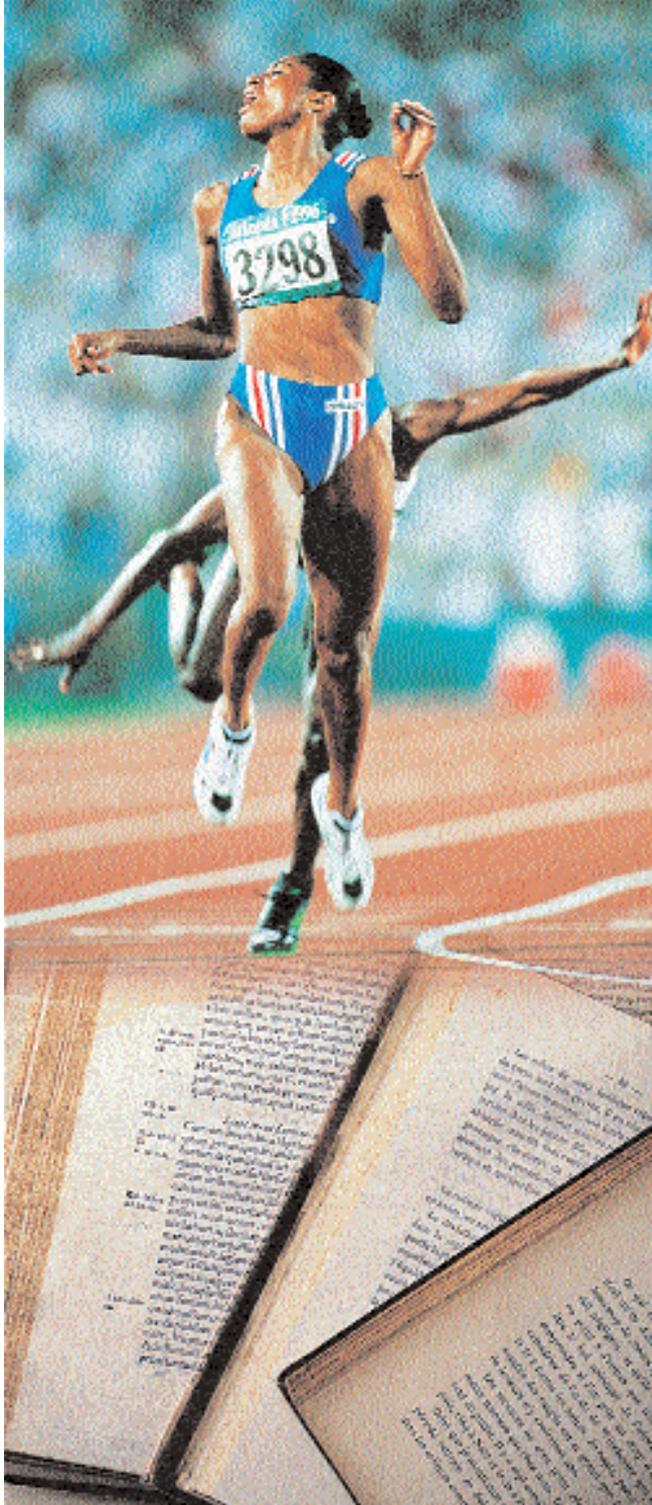
En effet, l'analyse préalable des besoins permet, certes, de définir les objectifs, fonctions et tâches que le service devra développer afin de les satisfaire, cependant cette opération perdrait toute chance de réussite si elle ne prenait pas en compte le contexte des moyens, et en particulier, celui du personnel mis à la disposition de ces activités.

C'est dire qu'il n'y a pas de règle en la matière ou que plutôt que la règle consiste dans l'adaptation à chaque situation particulière. Nous connaissons des centres qui fonctionnent avec seulement trois personnes, d'autres qui dépassent la soixantaine.

Dans le premier cas il s'agit essentiellement de services d'établissement, dédiés à un public très majoritairement interne et peu diversifié, avec un nombre réduit de services proposés tenant essentiellement à la consultation d'un fonds spécialisé, au prêt et la fourniture d'information issues des sources locales.

Il peut s'agir, plus rarement cependant, de services très spécialisés dans la veille et la fourniture d'information à un public très ciblé, utilisant au maximum les nouvelles ressources technologiques et notamment Internet. Ce qui, par ailleurs, constitue un moyen efficace pour optimiser les ressources humaines du service.

Dans le second cas, il s'agit de centres nationaux, constitués de longue date, qui ont développé toutes les fonctions informationnelles, sous tous supports, nécessaires à la couverture d'un public très large et très diversifié. On peut y trouver, en particulier, des unités de traducteurs pour l'accès de la littérature internationale par la langue nationale, et des activités éditoriales pour la production et la diffusion de connaissances originales dans le domaine du sport.



2.4 LES SOURCES D'INFORMATION EN SPORT

Lors de l'établissement d'un service d'information du sport, on dispose de nombreuses sources d'information. Certaines sont sous forme imprimée, mais un nombre croissant d'entre elles deviennent accessibles sous des formats électroniques: CD-ROM ou bien directement en ligne sur Internet.

Lors de l'établissement d'un service d'information du sport, on dispose de nombreuses sources d'information. Certaines sont sous forme imprimée, mais un nombre croissant d'entre elles deviennent accessibles sous des formats électroniques : CD-ROM ou bien directement en ligne sur Internet. Le choix de l'acquisition des sources dépend des facteurs suivants :

- les besoins des utilisateurs
- les ressources financières disponibles pour l'acquisition de ces sources
- l'infrastructure technologique du service d'information pour le traitement et la diffusion de l'information.

Bien que ce chapitre puisse déjà vous communiquer une large perspective des sources d'information en sport, je recommande à tout créateur de centre d'information du sport de lire l'ouvrage de Michele Shoebridge intitulé «*Les sources d'information en sport et loisirs*» [28], qui détaille les principales d'entre elles.

En général, on peut dire qu'il existe quatre sources fondamentales d'information en sport :

- les sources imprimées comprenant les ouvrages, les périodiques, les actes de conférences, les quotidiens, les brochures
- les sources audiovisuelles comprenant les vidéocassettes, les CD-ROM, les photographies, les vidéodisques, les cassettes audio
- les sources électroniques, en ligne ou résidentes, comprenant Internet, les bases de données sur CD-ROM, les bases de données en ligne
- les réseaux personnels et institutionnels.

Les sources imprimées de l'information du sport

Dans toute bibliothèque ou centre d'information, il est nécessaire de constituer, dès l'origine, une provision pour l'acquisition

continue des ouvrages, des périodiques et des documents scientifiques.

LES OUVRAGES



Ils constituent classiquement le fonds principal des bibliothèques et des centres d'information, et doivent être acquis en fonction des besoins des utilisateurs. Quelques uns d'entre eux peuvent être des ouvrages de référence comme les encyclopédies et les dictionnaires, d'autres des manuels et des rapports.

Bien qu'il ne soit pas possible d'établir une liste définitive de tous les genres d'ouvrages qui ont leur place dans un centre d'information du sport, il est vraisemblable que les ouvrages couvrant les thèmes tels que : éducation physique, philosophie, management des installations, physiologie, sociologie, entraînement, apprentissage, biomécanique, histoire, management, médecine du sport, psychologie du sport, trouvent leur place dans le fonds d'un centre d'information du sport. Les ouvrages de référence ne quittent, en général, pas le centre et sont consultés ponctuellement. Ces ouvrages sont le plus souvent des textes réglementaires, dictionnaires, répertoires d'organismes, manuels biographiques et statistiques.

Il est possible d'identifier des listes d'ouvrages sportifs disponibles en utilisant des outils tels que *Books in Print* et *British Books in Print*, ainsi que des bibliographies nationales spécialisées qui publient de façon complète des listes d'ouvrages édités dans un domaine spécifique. La *Bibliothèque du Congrès* américaine, qui diffuse son catalogue sur Internet, constitue également une source d'information utile pour la détection des ouvrages de sport. En général, ces outils de localisation qui peuvent être onéreux, sont accessibles dans les grandes bibliothèques universitaires ou les grandes bibliothèques publiques, où ils peuvent être consultés.

Il existe de nombreux fournisseurs d'ouvrages de sport à travers le monde, l'IASI peut vous en communiquer une liste. Il est judicieux pour tout nouveau centre d'information du sport d'écrire à ces fournisseurs afin que le centre soit placé sur la liste de diffusion de leurs catalogues d'en cours et de leurs nouveautés. Il peut être également possible d'obtenir gratuitement des ouvrages avec les listes de doublons d'autres bibliothèques ou par le biais d'accords d'échanges.

Il est important pour le maintien du fonds, de vérifier en permanence le contenu des ouvrages de manière à s'assurer de leur actualité et de leur pertinence. Ainsi les techniques et les règlements sportifs évoluent, aussi les ouvrages périmés peuvent-ils conduire à l'enseignement de techniques erronées. Les fonds anciens doivent être réformés ou placés en archives.

LES PERIODIQUES

Les périodiques et les magazines constituent les sources de l'actualité de l'information du sport et sont, en général, acquises par abonnement annuel. Des centaines de périodiques sportifs sont publiés dans le monde faisant paraître les actualités les plus récentes et les

plus recherchées, ainsi que les articles scientifiques. Une liste des principaux périodiques sportifs est publiée et indexée pour la base de données internationale *Sport*, et est accessible au *Centre de ressources de l'information*



du sport: SIRC canadien. Le *Répertoire des périodiques internationaux Ulrich* est une liste complète des périodiques édités dans le monde et ce répertoire est généralement accessible dans les grandes bibliothèques universitaires ou publiques.

Les périodiques acquis par un centre d'information du sport dépendent, dans une large mesure, de la typologie des utilisateurs et, souvent, constituent un assortiment de périodiques de sports spécifiques comme *Rugby World* ou *Swimming World* avec des titres plus généraux ou scientifiques comme *Journal of Sports Science*, *Olympic Review* et *Sports Illustrated*.

Un grand nombre de ces périodiques de sport sont disponibles chez le distributeur *Human Kinetics*, cependant il est également possible de se les procurer auprès d'agences de souscription et, fréquemment, chez l'éditeur lui-même. Il est parfois possible de se procurer gratuitement ces périodiques auprès d'organismes comme les fédérations internationales de certains sports. Toutefois, le nombre de revues distribuées gratuitement est en baisse en raison des coûts d'impression et du papier qui sont en augmentation partout dans le monde.

Il est souvent important, au moment de l'abonnement au périodique, de vérifier s'il est indexé dans une base de données comme *Sport, Sportit, Heracles* ou *Atlantis* car la disposition de ces moyens d'indexation permet, à long terme, de retrouver l'information spécifique contenue dans ces revues.

ACTES DE CONFÉRENCES

Ce matériel documentaire est généralement de nature scientifique et plus demandé par les chercheurs. Il se présente habituellement sous le format d'une communication présentée au cours d'une conférence nationale ou internationale sur le sport. Les communications présentées lors de ces conférences proviennent de disciplines sportives variées et sont généralement reliées en un seul volume par l'organisateur de la conférence. Le document final est accessible quelques mois après la fin de la conférence.

Pour acquérir cette documentation, il est important de noter le lieu et la date de ces conférences en dépouillant les calendriers des événements internationaux, pour, ensuite, demander aux organisateurs une copie des actes ou les informations nécessaires pour se les procurer. Il existe une tendance pour que ces actes de conférences paraissent désormais sur Internet, ce qui réduit considérablement les délais de publication connus dans le passé, qui réclame parfois un gros travail.

Une liste des conférences à venir en sport est disponible sur Internet à l'adresse URL : «<http://www.sirc.ca/calen.html>». Dès lors que ces actes de conférences sont souvent difficiles à localiser, il est recommandé que les centres d'information du sport se chargent de collecter et d'indexer les actes de toutes les conférences qui se sont déroulées dans leur pays, pour ensuite, si possible, les importer sur une base de données.

LES JOURNAUX

Il a été dit que les journaux constituaient le reflet sans égal des opinions du public et de la société et qu'ainsi ils représentaient une source indispensable non seulement pour des besoins d'information, mais également à des fins de recherche. Les journaux peuvent être considérés, en outre, comme les «minutes» des réunions et événements sportifs quotidiens. Très souvent, les centres d'information découpent et regroupent les articles de presse selon des thèmes spécifiques, qu'ils mettent à la disposition de leurs usagers. Quant à ce que le centre acquière la presse internationale, cela dépend avant tout des besoins des utilisateurs. De plus en plus, la presse nationale et internationale est diffusée sous un format électronique, sur CD-ROM, ou sur Internet.

Les sources audiovisuelles de l'information du sport

De nos jours, les vidéocassettes, les CD-ROM interactifs, les photographies, les vidéodisques, les cassettes audio connaissent une large demande car elles constituent d'excellentes ressources pour montrer le mouvement, qui est un constituant fondamental du sport. Ces types de ressources sont, bien évidemment, essentiels pour les entraîneurs et les athlètes qui consacrent une grande partie de leur temps à l'analyse de la performance. De nombreux exposés intéressants, discours et conférences sur des sujets sportifs font également l'objet, à l'heure actuelle, d'un enregistrement sur cassette audio, prisé par les cadres administratifs et les chercheurs.

Les vidéocassettes, les vidéodisques et les CD-ROM sont classiquement de deux types. Ceux du premier type concernent principalement le divertissement comme les Jeux Olympiques, les Jeux du Commonwealth ou les Festivals nationaux du Sport (encore qu'ils puissent comporter une valeur pédagogique

pour les athlètes et les entraîneurs aux fins d'analyse de la performance). Le second type est représenté par ceux qui sont produits à des fins pédagogiques, en relation avec une situation d'apprentissage ou d'entraînement, dans laquelle la méthodologie joue le rôle principal.

Toutes ces ressources requièrent un équipement spécialisé. De nombreux services d'information dédient un emplacement particulier de leur centre, à l'utilisation individuelle et collective de ces supports.

Les cassettes audio disponibles sur le marché, peuvent également présenter des formats différents. Ceux qui sont désormais facilement accessibles peuvent être commandés au plan international et la plupart rapportent des communications présentées lors de conférences nationales et internationales.

Il est une règle qu'aucun fournisseur ne peut, à lui seul, couvrir tous les besoins d'un centre d'information en vidéocassettes, vidéo disques, cassettes audio et CD-ROM. Chaque support doit faire l'objet d'une commande distincte, et, le plus souvent, auprès de grands fournisseurs au-delà des mers, avec l'inconvénient de la nécessité de transaction en monnaie étrangère et que le document ne peut être visualisé avant la commande. Comme pour les ouvrages, il est avisé de s'adresser aux fournisseurs afin d'être inscrit sur la liste de diffusion de leurs catalogues et de leurs nouveautés. Les vidéocassettes et les CD-ROM sont également souvent présentés dans les magazines sportifs et peuvent être commandés par courrier. «*SPORT Discus*» référence aussi ces supports et fournit des informations détaillées sur leur accessibilité.

Nombre d'organismes tels que *American Alliance for Health Physical Education, Recreation and Dance (AAHPERD)*, *American Swim Coaches Association (ASCA)*, *American College of Sports Medicine (ACSM)*, the

National Strength and Conditioning Association (NSCA), produisent les cassettes audio des principales conférences. Elles peuvent être commandées directement auprès de ces organismes. Toutefois ces cassettes sont également souvent signalées dans les périodiques sportifs et peuvent être commandés par courrier.

Dans quelques centres d'information du sport, des équipements sont mis en place pour la production de documents audiovisuels tels que des vidéocassettes sur l'entraînement, ainsi que l'enregistrement de programmes de télévision, par satellite ou réseau câblé.

Les sources électroniques, en ligne ou résidentes, de l'information du sport

Obtenir de l'information électronique de toutes les parties du monde est devenu, de nos jours, une absolue nécessité pour tous les centres d'information du sport. Les sources d'information en ligne sont souvent plus à jour que les sources imprimées, cependant leur accès requiert des équipements technologiques, que tous les centres d'information du sport ne possèdent pas. Dans certains cas, l'utilisation de ces sources a modifié les fonctions des personnels du service en ce sens que, plutôt que les conservateurs de ressources du fonds permanent des centres, ils travaillent désormais comme des guides et des navigateurs à la recherche de ressources dans l'environnement des réseaux, qui deviennent directement accessibles aux utilisateurs.

LES BASES DE DONNEES

Deux très importantes sources d'information du sport concernent les bases de données *SportDiscus* et *Medline*. Toutefois, il convient de noter que, selon la langue employée, certains pays souhaitent souscrire à d'autres bases de données, comme la base de données Allemande *Spolit*. Ces bases de données sont



continuellement mises à jour et permettent la recherche d'une information spécifique par mots clés, ainsi que par nombre d'autres paramètres tels que: le sujet, la date, l'auteur, la date de publication, etc.

SPORTDiscus

Cette base de données, mise à jour mensuellement, contient quelques 400.000 articles indexés, actes de conférences, vidéocassettes, thèses, monographies et rapports de recherches couvrant le champ multidisciplinaire du sport, de la forme physique et de la réhabilitation. Elle est gérée par le *Canadian Sports Information Resource Centre (SIRC)* et est avalisée par l'UNESCO en tant que base de données internationale du sport. Un certain nombre de pays contribuent à la production de cette base comme l'Australie, la France, l'Espagne, la Chine, etc. Chaque référence bibliographique ajoutée à la banque de données est indexée selon des mots clés spécifiques (descripteurs), extraits du *Thesaurus SPORT*. Ce thesaurus est accessible en ligne et sous une



forme imprimée qui peut être commandée. Les documents référencés dans la base de données peuvent habituellement être obtenus auprès du centre producteur de la référence,

par le prêt inter-bibliothèques ou par un service tel que *SPORTExpress*, mis en œuvre par SIRC. Cette base de données inclue également la base de données francophone *Heracles*, la base de données hispanophone *Atlantes*, ainsi que le catalogue en ligne de la bibliothèque du Musée Olympique du CIO. Récemment des informations sur les publications électroniques ont été ajoutées à la base.

La base de données *SPORTDiscus* est accessible de partout dans le monde par l'intermédiaire de diffuseurs tels que: *Compuserve* (au travers d'*IQUEST* comme *SFDB* ou bien *Knowledge Index* à *SPORT*), *Knight-Ridder Information Inc*, *Data-Star* à *SPORT*, *Dialog (File 48)*, *Ovid Technologies (SFDB)*, *Sticnet* (Taiwan).

SPORTDiscus est également accessible sur un CD-ROM très facile à utiliser, mis à jour quatre fois par an, et diffusé par *Silver Platter Inc* ainsi que par *Ovid Technologies*. Pour obtenir plus amples informations sur ces diffuseurs, contactez:

SIRC, 1600 James Naismith Drive, Gloucester, Ontario K1B 5N 4, Canada.

Télécopie: +613 748 56 58,

Mèl: moreinfo@sirc.ca

MEDLINE

Medline est la base de données bibliographiques de la *Bibliothèque de Médecine* des Etats Unis qui héberge plusieurs millions de références. Cette base de données est accessible sur CD-ROM mais également gratuitement sur Internet. *Medline* est un outil puissant pour la recherche de la littérature biomédicale, référençant intégralement les articles de plus de 3.200 périodiques. Près de 75% des références sont publiées en anglais. Les domaines couverts concernent principalement: la microbiologie, la nutrition, l'hygiène, la pharmacologie, la thérapeutique.

Le CD-ROM, actualisé chaque mois, peut être

acquis par abonnement auprès des agences de *Silver Platter Inc.*, présentes dans de nombreux pays. Cependant, si vous rencontrez des difficultés de ce côté, vous pouvez écrire ou télécopier directement à la maison mère : *Silver Platter Information Inc.*, 100 River Ridge Drive, Norwood, MA 02062-5043, USA. Télécopie: +617 769 87 63.

INTERNET

Avec plus de 70 millions d'utilisateurs dans le monde, Internet est devenu la super autoroute de l'information globale. «Surfer» sur Internet est une expression populaire qui signifie naviguer sur Internet en utilisant un ordinateur, permettant un accès presque illimité à un immense réservoir d'information et de services gratuits, en utilisant les liens hypertextes.

Bien qu'il soit impossible de quantifier la masse d'informations sportives résidentes sur Internet, il ne fait aucun doute qu'elle constitue une source précieuse d'information dans tous les domaines du sport. Les fédérations sportives internationales utilisent de plus en plus Internet pour diffuser leur information comme les règlements, les calendriers, les résultats et les classements. On trouve aussi un nombre croissant de publications et de périodiques en texte intégral, ainsi que de catalogues de bibliothèques du sport. Les images et la vidéo progressent également sur Internet, et, avec le développement du *Web/TV* qui transforme le poste de télévision en terminal d'Internet, cette progression va se poursuivre.

Face à toute cette masse d'informations disponibles, le plus difficile est de savoir par où commencer. Plusieurs moteurs de recherche sont à votre disposition, comme : *Yahoo*, *Excite*, *Alta Vista*, *Lycos*, *Webcrawler*, etc. qui peuvent vous conduire par des liens partout dans le monde et dans tous les domaines ima-

ginables du sport. Il existe un outil spécifique de recherche de sites sportifs sur Internet : Sportquest qui est développé par le SIRC canadien et dont l'adresse URL est : <http://www.sportquest.com>.

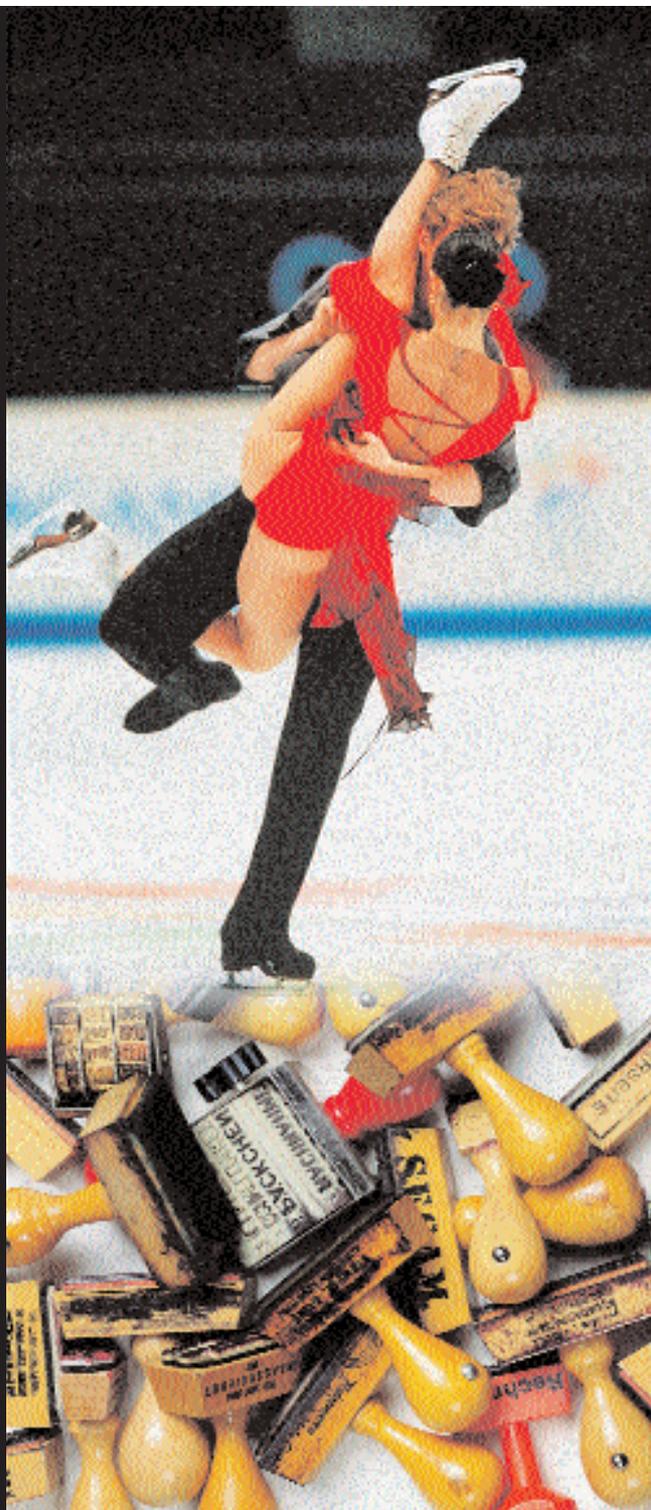
Les réseaux personnels et institutionnels

Bien que la plupart des centres d'information puisse avoir accès aux sources traditionnelles décrites précédemment, il est important de ne pas négliger les réseaux personnels et institutionnels que l'équipe du centre peut utiliser comme source. Ils sont situés le plus souvent dans la ville et le pays du centre d'information, dans les universités, les grandes bibliothèques et les organisations sportives où l'on peut trouver réponse à des besoins d'information. En se fondant sur le principe qu'aucun centre ne peut à lui seul maintenir un fonds exhaustif et pertinent face à l'ensemble des besoins des utilisateurs, il est nécessaire que le service de fourniture d'information utilise des services comme le prêt inter-bibliothèque ou le service photocopies, déployés par différentes organisations. Par ailleurs, les centres d'information du sport ont souvent recours à des réseaux internationaux de fournisseurs d'information, telle que l'*Association Internationale pour l'Information Sportive* (IASI) pour les aider dans leur recherche de sources propres à satisfaire les besoins de leurs usagers.

Pour être en mesure de détecter les sources pertinentes de l'information du sport, les personnels des services d'information doivent assurer une veille permanente des nouvelles ressources, nouvelles technologies et nouveaux réseaux, qui puissent les assister dans leurs fonctions.

2.5 LES TECHNIQUES DOCUMENTAIRES

Il est avant tout nécessaire de définir précisément une politique des acquisitions en fonction des objectifs généraux du centre de documentation, des publics concernés, des budgets disponibles, des ressources humaines qui pourront se consacrer au traitement documentaire et de la richesse de l'environnement documentaire du centre.



L'acquisition des documents pour la constitution du fonds

Il est avant tout nécessaire de définir précisément une politique des acquisitions en fonction des objectifs généraux du centre de documentation, des publics concernés, des budgets disponibles, des ressources humaines qui pourront se consacrer au traitement documentaire et de la richesse de l'environnement documentaire du centre. Cette réflexion portera sur tous les types de documents (ouvrages, abonnements aux périodiques, vidéos, thèses sur support papier ou sur microfiches, CD-ROMs, logiciels, etc.) dans un souci de maîtriser l'économie du centre. Ainsi, le nombre sans cesse croissant des titres de périodiques scientifiques et techniques, oblige à pratiquer une sélection rigoureuse des abonnements, après une fine analyse des besoins. C'est particulièrement pour cette catégorie de documents qu'il convient d'étudier une solution alternative d'acquisition à la demande de photocopies d'articles, lesquels sont aujourd'hui bien répertoriés dans de nombreuses bases de données ou publications bibliographiques courantes.

Il est également nécessaire d'élaborer une politique d'accueil des dons qui semblent imposer un traitement documentaire souvent aussi inutile que dispendieux.

Pour un large inventaire des sources d'informations sportives on se reportera dans cet ouvrage à la contribution de Nerida Clarke, au chapitre précédent. Toutefois, si la multiplicité des sources permet relativement facilement d'avoir connaissance de l'existence d'un nouveau document, il est souvent plus difficile de juger de son utilité pour le centre d'après son seul signalement bibliographique. Les analyses qui en sont faites ultérieurement dans les revues spécialisées permettent alors une décision d'achat plus tardive mais plus éclairée.

Le catalogage

A défaut de pouvoir utiliser directement (par importation dans un système informatisé) ou de recopier (sur une fiche manuelle) la notice catalographique réalisée par ailleurs, tout document accepté dans le fonds documentaire doit faire l'objet d'une description bibliographique qui ne sera pas toujours aussi complète que celle d'une agence bibliographique nationale mais qui, même simplifiée, devra respecter les normes internationales et nationales en vigueur.

Les ISBD (international standard bibliographic description) constituent les recommandations de la *Fédération internationale des associations de bibliothécaires et des bibliothèques* (IFLA) pour une présentation unifiée (structure et ponctuation) des multiples éléments qui composent la description bibliographique : ISBD (M) pour les monographies, ISBD (S) pour les publications en série, ISBD (CM) pour les documents cartographiques, ISBD (NBM) pour les non-livres, ISBD (PM) pour la musique imprimée, ISBD (CF) pour les fichiers informatiques.

Dans beaucoup de pays des normes nationales sont également appliquées à la description des documents, comme par exemple les normes AFNOR en France.

D'autres normes ISO (*Organisation internationale de normalisation*) règlent la translittération des caractères cyrilliques, arabes, hébreux, grecs en caractères latins et la romanisation des caractères japonais et chinois.

Le catalogage dans un système informatique exige le respect d'autres normes qui permettent l'échange de données entre systèmes différents : les formats de catalogage MARC.

Le format UNIMARC est largement utilisé aujourd'hui en tant que format de catalogage et d'échange de données bibliographiques.

Les manuels professionnels de catalogage

sont particulièrement recommandés car les nombreux exemples traités sont une aide précieuse pour le technicien [03], [07].

Dans les bibliothèques informatisées importantes, l'activité de catalogage a tendance à se réduire grâce à l'import de notices produites par de grandes agences de catalogage (*Bibliothèque Nationale de France*) et grâce au catalogage partagé au sein de vastes réseaux coopératifs tels *OCLC*, *SIBIL* et demain le *Système Universitaire* qui regroupera les bibliothèques universitaires et d'instituts de formation et de recherche français.



L'analyse et l'indexation

Avec l'analyse et l'indexation on aborde le coeur du travail documentaire. Il ne s'agit plus de décrire le document mais son contenu, après une lecture qui, sans être nécessairement complète, devra dégager les sujets principaux en s'attachant aux parties les plus informatives: résumé d'auteur, introduction, titres des chapitres, schémas, conclusion, table des matières.

L'INDEXATION

Les concepts principaux traités dans le document doivent être traduits en termes d'indexation qui seront également utilisables lors de l'interrogation.

L'utilisation d'un ou plusieurs langages documentaires permettra l'accès matière au document:

Les classifications documentaires encyclopédiques comme la *CDU (Classification Décimale Universelle)* ou la *classification de DEWEY* sont aujourd'hui peu utilisées dans les domaines spécialisés sauf éventuellement pour organiser un libre accès aux documents. On se limitera alors aux indices des grandes classes (indices à 4 ou 5 chiffres) pour constituer un élément de la cote.

Les classifications spécialisées seront d'une grande utilité pour indexer au niveau le plus général, souvent en complément d'une indexation par descripteurs.

Le plan de classement (Subject Headings) utilisé par le *SIRC* dans sa base *Sport* constitue un langage d'indexation performant dans le domaine des sciences du sport et de l'éducation physique. Il est utilisable aussi bien dans un système de fichiers manuels que dans une base informatisée.

Un Thesaurus encyclopédique (*Rameau* en France) ou spécialisé (Thesaurus de *Sportdoc* en France, thesaurus du *SIRC* au Canada, thesaurus allemand de *Spolit*) est aujourd'hui encore le langage documentaire le plus utilisé dans les systèmes informatisés. L'indexation est alors effectuée uniquement aux concepts les plus précis si le logiciel est capable de gérer la hiérarchisation des termes à l'interrogation (fonction d'auto postage). Dans le cas contraire, il devient nécessaire d'indexer également à un niveau générique en utilisant les termes génériques du thesaurus ou une classification telle que celle du *SIRC*.

LE RESUME

La rédaction d'un résumé est surtout utilisée dans les systèmes informatiques qui peuvent ainsi effectuer une indexation automatique de

tous les termes les plus spécifiques qui ne figurent pas toujours dans le thesaurus.

La rédaction d'un résumé très informatif qui peut éventuellement dispenser de la lecture du document original est une opération très coûteuse en temps, aussi on utilise plus souvent le résumé signalétique, plus simple et plus rapide, qui a surtout pour objectif de permettre une indexation automatique.

LA COTATION

Donner une cote à un document et la reporter sur la notice bibliographique pour en faire une notice catalographique constitue selon les cas uniquement une opération d'adressage ou également une opération d'indexation.

Lorsque les documents ne sont pas en accès direct pour le public, un système de cote aura pour objectif principal de conserver efficacement les documents en fonction de leurs caractéristiques physiques (les microformes, les cassettes vidéo dans des casiers spéciaux) ou dimensionnelles (les collections de périodiques et les ouvrages dans des rayonnages). Si les documents sont directement accessibles au public leur cotation sera fonction de leur contenu pour permettre une recherche d'information par «butinag» dans les rayons. La cote sera alors constituée d'un indice de classement et des trois premières lettres de la vedette auteur. Pour plus de précision on se reportera à la contribution de Maria Lluïsa Berasategui au chapitre 1.5.

La constitution de fichiers

Fichier manuel ou fichier informatique: l'alternative existe-t-elle encore?. Il est aujourd'hui difficile de concevoir une unité documentaire sans utilisation de l'outil informatique tant ce dernier est adapté à la gestion des documents et des informations. De plus, le marché des logiciels spécialisés couvre maintenant toute la gamme des besoins, depuis le logiciel de références bibliographiques fon-

ctionnant sur l'ordinateur personnel du chercheur, jusqu'au système d'information d'une grande organisation mettant en oeuvre une informatique en réseau complexe et gérant les documents multimédias sous une forme électronique, liés à leur notice catalographique.

Même pour la mise en oeuvre de fichiers manuels sur fiches cartonnées, un outil bureautique est quasi indispensable pour la saisie de la notice et sa duplication automatisée qui alimentera les différents fichiers (auteurs, titres, matières, etc.).

Le choix d'un système informatique

Le marché propose deux grands types de logiciels: les logiciels documentaires et les logiciels de gestion de bibliothèque.

Les premiers permettent essentiellement de gérer des notices d'informations structurées (références bibliographiques, répertoires d'adresses, etc.) et éventuellement les documents électroniques qui leur sont liées. La libre définition des structures de la base et la puissance du moteur de recherche sont les principales qualités recherchées.

Les seconds gèrent uniquement des notices bibliographiques et prennent en charge la gestion globale d'une bibliothèque: commandes de documents et abonnements, catalogage normalisé, accès professionnel et public au catalogue, circulation et prêt des documents, statistiques de gestion. L'intégration de l'ensemble de ces fonctions est leur atout majeur.

La tendance est au rapprochement de ces deux types à l'origine très différenciés, par l'adjonction des fonctions de gestion aux logiciels documentaires et par le développement des fonctions documentaires dans les logiciels de gestion de bibliothèque y compris, pour les plus modernes, la fonction de gestion électronique de documents.

Leurs caractéristiques communes à rechercher sont nombreuses :

– Pour stocker les données, ces logiciels doivent s'appuyer sur un système de gestion de base de données relationnelle (SGBDR); cette solution procure une meilleure sécurité aux données et réduit considérablement les volumes des données stockées. On retrouve les SGBDR classiques derrière la majorité des systèmes documentaires actuels : 4ème Dimension et *Acces* pour les logiciels sur micro-ordinateurs, *Oracle*, *Sybase* et *Informix* pour les systèmes en réseau *NT* ou *Unix*.



– Pour s'adapter aux contraintes du site, ces logiciels doivent, le plus largement possible, être paramétrables par l'administrateur de la base. Cette qualité donne une grande indépendance par rapport à l'éditeur et assure une ergonomie optimale du système. L'administrateur doit pouvoir construire librement des masques de saisie, des formats de visualisation et d'impression des résultats, des filtres d'importation et d'exportation de

données. Il doit être libre de constituer les fichiers inversés (index informatiques).

– Pour maintenir une qualité constante de la base de données, ces logiciels doivent proposer des fonctions étendues de saisie contrôlée : listes et fichiers d'autorités, obligations de saisie, valeurs de saisie par défaut, etc.

– Pour faciliter l'indexation et la recherche, ces logiciels doivent assurer la gestion d'un thesaurus : saisie des termes et de leurs relations, navigation dans le thesaurus, etc.

La recherche documentaire

La fonction de recherche documentaire sur système informatique a connu, dans les trente dernières années, des évolutions considérables, liées bien sûr au développement rapide et important des capacités de stockage et de traitement des machines mais également aux résultats des recherches en linguistique et mathématique. On est ainsi passé de la simple recherche d'une chaîne de caractères dans un enregistrement structuré en champs à la recherche d'une information que l'utilisateur exprime en langage naturel (le langage parlé). Les systèmes de recherche documentaire actuels conservent les diverses strates de cette évolution.

Les fonctions de base que doit posséder un logiciel de recherche documentaire sont les suivantes :

- la recherche d'une chaîne de caractères : (un mot), éventuellement tronquée (un ensemble existant ou non de caractères) ou masquée (un caractère existant non déterminé) dans un fichier inversé constitué de mots significatifs des notices.

Généralement le système gère au moment de l'indexation une liste de mots vides (articles, prépositions, adverbes) définie par l'administrateur.

Basket\$: l'emploi de la troncature (signe \$ dans cet exemple) permet de retrouver basket, basketball, basketteur, basketteurs, etc.

- la recherche d'un critère dans un champ particulier de la structure.

Dupont Pierre DANS CHAMP auteur ou 1998 DANS CHAMP date_publication

- le traitement d'une équation de recherche définie avec les opérateurs booléens (ET, OU, SAUF) ou les opérateurs mathématiques (égal, supérieur, inférieur, supérieur ou égal, inférieur ou égal).

Loi\$ OU Décret\$ OU Arrêté\$ est une équation qui permet de retrouver tous les textes officiels.

Date_publication =>1995 pour sélectionner les documents publiés en 1995 et les années suivantes.

- le traitement d'une équation de recherche parenthésée: les ensembles de critères de recherche sont constitués dans une seule équation grâce aux parenthèses ouvrante et fermante.

(Basket\$ OU Volley\$) ET (Tehnique\$ OU Entraînement\$) SAUF (français DANS CHAMP langue)

- le traitement d'une recherche menée par étapes successives par combinaison des résultats de chaque étape grâce aux opérateurs booléens.

1 -- *Basket\$ OU Volley\$*
résultat: 2150 documents

2 -- *Technique\$ OU Entraînement\$*

résultat: 55356 documents

3 -- *Français DANS CHAMP langue*

résultat: 155356 documents

4 -- *étape1 ET étape2 SAUF étape3*

résultat: 156 documents

A ces fonctions fondamentales de recherche, les logiciels de type documentaire ont apporté les fonctionnalités suivantes:

- la recherche par thesaurus: les termes d'indexation recherchés ne sont pas nécessairement entrés dans l'équation de recherche, car le système est capable de gérer la hiérarchisation ascendante ou descendante des termes ou leurs relations associatives. Il est ainsi possible, sur demande de l'utilisateur, de retrouver les documents sur le climat d'Amérique du sud sans avoir à spécifier dans l'équation tous les termes climatiques et tous les noms de pays de cette région



- la recherche dans des textes longs (résumé, texte intégral) grâce aux opérateurs dits de proximité: les mots recherchés peuvent être proches (à n mots), adjacents (dans l'ordre spécifié ou non), présents dans la même phrase ou dans le même paragraphe.

fréquence\$ ADJACENT cardiaque\$ retrouve l'expression fréquence cardiaque au singulier et au pluriel mais ne retrouve pas le document dont le texte est: «...les fréquences respiratoires et cardiaques...» ce qui constitue un silence.

fréquence\$ PRES DE cardiaque\$ retrouve «...les fréquences respiratoires et cardiaques...» mais également un document dont le texte est «...la fréquence des accidents cardiaques...» ce qui constitue un bruit.

- la recherche sur texte intégral peut être également facilitée par la gestion transparente de dictionnaires de synonymes ou de concepts proches ou de formes différentes que peuvent prendre les mots: pluriels irréguliers, verbes conjugués, etc.)

le mot *Sportif* en critère de recherche peut, dans certains systèmes, permettre de retrouver également sportifs, sportives, athlète, athlètes, basketteurs, basketteuses, joueurs ou joueuses de basket, footballeurs, etc.

les calculs statistiques d'occurrence des termes dans les documents permettent de classer les réponses du système par ordre de pertinence décroissant ou par classes de documents constituées d'après leur contenu.

L'interface d'interrogation en langage naturel est une commodité pour l'utilisateur non professionnel (le lecteur qui consulte le catalogue en ligne). Un programme élimine de la question posée tous les mots vides (la même liste que celle utilisée pour l'indexation des documents) et construit automatiquement les équations de recherche. L'objectif n'est pas la performance maximale de la pertinence mais l'existence d'une réponse.

- La génération la plus récente des moteurs de recherche dits «en langage naturel» permet de s'affranchir des langages documentaires et bouleverse quelque peu les méthodes d'interrogation en éliminant l'obligation pour l'utilisateur de connaître le langage de commande complexe du logiciel de recherche documentaire. L'utilisateur pose sa question de la même manière qu'il parle puis le logiciel en fait l'analyse linguistique et grammaticale pour ensuite la rapprocher de l'indexation qui a été faite des documents existants dans la base avec les mêmes outils.

A la question posée dans une base juridique: «*m'est-il possible d'installer un bar qui vendra de la bière et du vin lors du prochain match de football de mon club*» le système retournera les documents concernant les débits de boissons sur les lieux de compétitions sportives et notamment ceux qui concernent la vente des boissons alcoolisées.

Ces systèmes d'indexation automatique font appel à de nouveaux algorithmes où les listes de mots dits vides n'ont évidemment plus leur place puisque tous les mots participent à donner du sens aux mots, à la phrase et au document dans sa globalité.

Si les fonctionnalités des deux premiers types de moteurs documentaires sont accessibles à la plupart des centres de documentation et bibliothèques, celles qui caractérisent la dernière génération sont encore réservées à de grandes organisations tant elles sont coûteuses en puissance de traitement de la machine et en ressources humaines nécessaires à la constitution des dictionnaires et des bases de connaissances spécifiques au domaine traité.



2.6 LES TECHNOLOGIES DOCUMENTAIRES

«La société de l'information a atteint son but, dans le sens où aujourd'hui plus personne ne doute que l'information soit le facteur dominant dans notre société». Cette affirmation des experts Linares et Ortiz-Chaparro n'a pu se révéler que grâce à la généralisation de l'utilisation des technologies de l'information.

«La société de l'information a atteint son but, dans le sens où aujourd'hui plus personne ne doute que l'information soit le facteur dominant dans notre société». Cette affirmation des experts Linares et Ortiz-Chaparro [21] n'a pu se révéler que grâce à la généralisation de l'utilisation des technologies de l'information. Pour ce qui concerne le titre de ce chapitre, les technologies documentaires ne se différencient pas des technologies de l'information. Malgré la croissance significative des technologies de l'information, nous ne devons pas oublier que ces techniques ne sont que des outils. L'ordinateur le plus puissant et le plus perfectionné serait inutilisable si nous ne définissions pas au préalable ce pour quoi nous l'utilisons, quand, comment, par qui, à quelles fins. En ce qui concerne les centres d'information sportive, nous devons définir nos objectifs et les moyens à mettre en œuvre avant de choisir l'installation technologique adéquate. Et pouvoir laisser place au rêve !

C'est le seul moyen pour éviter une double erreur :

- développer un projet en confondant objectifs et moyens
- raisonner en fonction des technologies résidentes et tenter de créer un produit qui puisse justifier leur emploi.

Dans l'idéal nous devrions réfléchir sans contrainte à ce que nous voulons et vérifier, ensuite, si les technologies dont nous disposons conviennent; sans quoi nous aurions trouvé un bon sujet pour un projet de recherche et développement.

Ces quatre dernières années, un changement très rapide s'est opéré. Nous sommes passés de l'utilisation des supports technologiques «traditionnels», tels que les recherches en ligne quasiment inchangées depuis le début des années 80, l'échange d'information au moyen des supports classiques incluant dis-

quettes ou CD ROM, à l'utilisation massive des disques enregistrables et des environnements multimédia, sous *windows*, avec des architectures *client-serveur* et globalement reliés à Internet.

Aujourd'hui l'information sportive est en grande partie disponible sur Internet, mais il ne s'agit pas toujours d'information documentaire. Comme préalable à toute décision, il est nécessaire de rechercher et de se fonder sur l'expérience des autres reconnue comme étant de qualité. De toute manière, comme dans beaucoup d'autres milieux professionnels, la création et la récente extension d'Internet ont très sensiblement modifié la manière dont les centres d'information sportive localisent et accèdent à l'information, la diffusent à leurs usagers. De la même manière, le comportement de l'utilisateur face à l'information a été lui-même modifié, ainsi que sa relation avec le centre d'information. Ceci a parfois une incidence non négligeable, parfois même radicale, sur la gamme des produits précédemment offerts par le centre, comme sur les barrières temporelles et spatiales qui sont manifestement en train de disparaître.

Dans ce nouveau contexte, il devient indispensable d'employer un personnel technique au profil professionnel - et nous signifiions par là un profil individuel - qui soit en mesure d'accomplir les tâches attendues. Le personnel du centre, aujourd'hui, doit être en mesure de présenter et de fournir l'information sur les produits et les services du centre. Les professionnels de l'information, responsables d'un centre de documentation ou d'information sportive, devront maîtriser les techniques de gestion d'entreprise, les techniques de management et les technologies de l'information. Ils devront diriger le centre avec clarté et fermeté, tout en restant à l'écoute des utilisateurs, faisant la preuve de leurs capacités de communication sociale, de négociation et de présentation. De nos jours, il est tout aussi primordial, pour le

centre et ses dirigeants, d'utiliser les outils de communication modernes, tels que le marketing, les relations publiques, la publicité, les programmes de contrôle qualité, etc.

La sélection des technologies de l'information en relation avec les objectifs du centre

Les caractéristiques des technologies vont dépendre du type de centre que l'on souhaite créer. Dans tous les cas il existe une structure commune en matière de technologies d'information :

- les technologies de stockage de l'information
- les technologies de traitement de l'information
- les technologies de diffusion de l'information.

Ceci ne signifie pas que ces secteurs soient indépendants les uns des autres. La plupart des technologies et produits numériques possèdent plusieurs fonctions et leur utilisation varie avec l'objectif pré-défini.

Les technologies de stockage de l'information

Presque tous les centres de documentation rencontrent le problème du stockage de données. Le projet dépend toujours de la manière dont on veut, plus tard, extraire l'information. Les avantages du stockage sont très clairs :

- une économie d'espace
- une économie de mobilier
- une facilité et une rapidité de recherche et d'extraction de l'information
- une plus grande sécurité de conservation des documents
- une parade à la détérioration des originaux de valeur
- un traitement assez bon marché.

Les premières technologies de stockage s'appuyaient sur des moyens photographiques, les microfiches ou les microfilms. Leur ont succédé des systèmes de stockage optiques combinant l'utilisation de scanners pour l'enregistrement des documents, et de disques optiques pour leur conservation. L'étape suivante a consisté dans l'utilisation d'un scanner permettant la conversion des documents, sur des fichiers réinscriptibles, au moyen de programmes de *reconnaissance optique de caractères* (OCR). Ce qui entraîne certains inconvénients si l'on souhaite assurer la fidélité du document et empêcher qu'il soit manipulé.

L'utilisation de Compact Disc (CD), à l'aide des techniques lasers pour l'enregistrement des données, constitue désormais une technologie clé dans le processus de stockage de l'information. Ces disques peuvent être utilisés sur un ordinateur individuel équipé d'un driver CD ROM. Ils possèdent une importante capacité de stockage. Le CD ROM (*Read Only Memory*) suit les technologies optiques des vidéo-disques. Il marque un réel progrès au niveau de l'accès à l'information, car il présente plusieurs séries d'avantages en offrant une alternative à la connexion en ligne sur des serveurs informatiques.

Un CD ROM peut stocker jusqu'à 550 Mo, de tout type d'information (texte, graphique, son, image fixe ou mobile, ou encore une combinaison de ces éléments). Des disques à plus grande capacité vont bientôt arriver sur le marché (les disques de 680 Mo sont déjà utilisés). Ces disques possèdent également une capacité d'écriture des données qui permet leur modification et leur mise à jour. Le niveau d'utilité d'un CD ROM dépend dans une large mesure de la configuration informatique initiale des fichiers ou des bases de données stockées sur le disque. Il existe des systèmes avancés, des systèmes simples et malheureusement d'autres qui possèdent des possibilités très réduites pouvant parfois décourager les utilisateurs.

Au niveau du chargement des données, la complexité de ces supports de stockage fait que le centre de documentation sous-traite fréquemment cette opération auprès de sociétés spécialisées, à moins qu'il ne dispose des moyens nécessaires de traitement des données et de pressage des disques. A l'évidence, les technologies de stockage doivent être clairement reliées à l'idée que chaque centre se fait de la diffusion de l'information. Le support lui-même peut s'avérer être un moyen efficace de conservation et également être le meilleur système de distribution.

Les technologies de traitement de l'information

Ces technologies ont également subi de profonds changements. Ces dernières années d'importants volumes de données ont pu être traités grâce à l'emploi des nouvelles technologies. Les bases de données documentaires, les systèmes de description et de recherche utilisant les opérateurs booléens, etc. sont en train de changer ou vont bientôt être modifiés dans une large mesure. Quoiqu'il en soit, un centre de documentation doit assurer ses tâches quotidiennes et continuer à travailler avec ses banques de données. Dans l'avenir, les centres d'information devraient opter pour des systèmes ouverts, compatibles avec leur environnement, en informatisant globalement les tâches par des programmes intégrés, tout en tenant compte de la tendance actuelle de globalisation de l'information qui se fait jour dans le cadre des réseaux. De la même façon, ils devraient assurer la *capitalisation des connaissances* à l'intérieur de leurs organisations.

Il faut porter attention aux domaines tels que la terminologie, mais sans laisser de côté le travail souterrain, réalisé par les systèmes automatisés, qui puisse établir une relation, une proximité, des mécanismes pertinents entre les termes utilisés pour décrire et rechercher l'information. Aujourd'hui, parler

de standardisation est inévitable, mais cela ne signifie pas pour autant qu'il faille adopter des systèmes de description rigides et classiques, trop chers, trop lents et complexes, à moins que l'environnement du centre ne fournisse lui-même le support pour leur utilisation ou bien que cela fasse partie d'une politique d'information commune. Une certaine standardisation est obligatoire pour permettre la transmission des données, et leur recherche d'une manière systématique. Le monde de la documentation sportive a déjà développé des modèles standardisés qui facilitent ces tâches et notamment l'enregistrement des données dans la banque internationale *Sport*, avec une large utilisation du langage documentaire standardisé du *Sport Thesaurus*. La standardisation doit être appliquée en tenant compte des environnements technologiques (les systèmes d'exploitation les plus courants, multi-utilisateurs et les interfaces conviviales, avec l'aide en ligne, etc.).

Avant d'aborder la diffusion de l'information, nous devons garder en mémoire que tout système choisi doit, avant tout, permettre la recherche des données et leur traitement sur le poste de travail.



Les technologies de diffusion de l'information

La diffusion de l'information est le secteur du processus documentaire où l'influence des technologies a été la plus grande. A partir de l'apparition du *fax*, les systèmes de distribution de l'information se sont multipliés et diversifiés jusqu'à presque obtenir une solution pour chaque requête...et apparemment nous n'en sommes qu'au début.

Par rapport à la diffusion de l'information nous pouvons distinguer la diffusion de l'information en mode non connecté et la diffusion de l'information en ligne ou «connectée».

LA DIFFUSION EN MODE NON CONNECTE

Cette diffusion utilise des technologies classiques basées sur l'utilisation du papier, des cassettes audio et vidéo, des disques, etc., ainsi que tous les disques optiques. Au plan de la diffusion, les CD en général, et les CD ROM, offrent de grands avantages en tant que media documentaires :

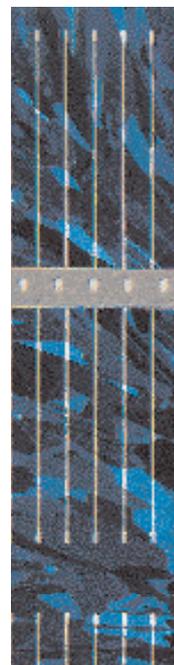
- ils sont moins chers que leurs équivalents de recherche en ligne
- leur utilisation est plus simple et ils permettent l'auto-apprentissage
- ils permettent des recherches répétées et plus fines, à la condition que le rapport coût/temps de la connexion ne soit pas trop élevé
- on peut les utiliser avec des ordinateurs de base, avec la seule exigence d'un driver
- dans la plupart des cas on peut extraire leurs données simultanément à partir de plusieurs terminaux, s'ils sont placés sur un lecteur connecté à un réseau local
- les données du disque peuvent être transférées vers une imprimante ou vers un dossier informatique pour une manipulation future.

LA DIFFUSION EN MODE CONNECTE

Les systèmes connectés comportent une série de spécifications techniques, aujourd'hui grandement simplifiées. Il est nécessaire de connecter l'équipement à une ligne téléphonique, avec un modem et un programme de communication pour connecter les ordinateurs qui se trouvent à chaque extrémité du système. La ligne téléphonique est la voie commutée usuelle pour transmettre les voix d'une conversation, ou bien on utilise un système plus spécialisé pour la transmission de données respectant des protocoles spécifiques établis par chaque compagnie de téléphone en fonction des besoins, du budget et des technologies disponibles dans chaque pays. Il est conseillé d'améliorer la vitesse de communication et d'utiliser, dans la mesure du possible, le RNIS (*Réseau Numérique d'Intégration de Services*), acceptant différentes bandes passantes, qui permet des conversations simultanées. Si cela devient nécessaire, des lignes spécialisées permanentes seront mise en service (protocole PP, Point à Point).

Dans un but d'efficacité et d'économie, beaucoup de centres de petite ou moyenne taille ont signé des contrats avec des SSDI (*Service Spécialisé de Diffusion de l'Information*). Ils évitent ainsi au centre une charge supplémentaire de travail afin d'instaurer un système de communication avec des lignes téléphoniques multiples, ouvert 24 h sur 24.

Dotée d'une infrastructure de communication, le centre de documentation pourra accéder à une large plage de produits d'information présents sur le marché, délivrés par des institutions publiques et privées. Dans certains cas ces produits peuvent être des banques de données statistiques, ou bien des catalogues d'autres bibliothèques, etc. Il est patent que le monde de la connexion est parmi ceux qui évoluent très rapidement. Il n'y a pas si longtemps



que l'on utilisait des services tels que le *vidéotext*; l'audiotext, et le *téletext*. Aujourd'hui ils sont remplacés par la *vidéoconférence* et d'autres média parmi lesquels le plus emblématique est le réseau Internet qui comprend des services d'information générale au travers du *World Wide Web* (www) et des services spécifiques tels que les listes de diffusion et le courrier électronique.

Internet

On ne peut pas expliquer en quelques lignes ce qu'est Internet. En bref, on peut dire qu'Internet est un réseau mondial regroupant des réseaux d'ordinateurs interconnectés qui communiquent entre eux par divers moyens (fibre optique, satellites, lignes téléphoniques, etc.), chacun d'eux possédant ses propres règles d'utilisation et de politique. L'internet ou *net* qui regroupe des milliers de réseaux nationaux, d'universités, de recherche, de sociétés privées et d'institutions publiques qui sont connectés par des groupes d'ordinateurs appelés *routeurs*, se présente à l'utilisateur comme une toile infinie de centres serveurs d'information.

La caractéristique principale d'Internet est la connexion d'ordinateurs (de tout type) pour atteindre à une entité globale. Pour ce faire, il utilise un protocole de communications unique qui permet l'interconnexion: TCP/IP (*Transfer Control Protocol/Internet Protocol*) Les caractéristiques principales du Protocole Internet sont:

- les informations circulent en paquets (ainsi chaque message est divisé en sous parties et est reconstruit quand il arrive à destination)
- les paquets ont besoin d'une adresse unique pour arriver (la taille ou le chemin emprunté importe peu, au contraire de la destination qui seule compte), cette adresse s'appelle une URL (*Uniform Resource Locator*).

Ceci étant précisé, nous pouvons définir les outils les plus fréquemment utilisés au sein du

réseau. Grâce à eux, il est possible de naviguer sur le réseau et obtenir le service d'information recherché, ou encore localiser l'information disponible dès que le service est atteint.

Il y a encore quelques mois, les outils d'Internet les plus utilisés étaient l'accès *telnet* pour accéder aux bases de données distantes, le *transfert de fichiers* (ftp) et autres. Aujourd'hui, grâce à l'architecture *client-serveur*, le web contient tout. Ainsi les terminaux périphériques ne sont plus de simples extensions des serveurs mais comprennent une partie du programme de communication, avec leurs propres fonctions et capacités.

En conséquence, certains outils sont répartis entre l'ordinateur central et le périphérique. De la sorte, de plus nombreux problèmes peuvent être résolus à partir du périphérique et l'unité centrale est moins saturée. La ligne n'est pas occupée en permanence (elle l'est seulement quand elle transmet un paquet de données). De plus, la capacité de traitement des données de l'unité périphérique peut être plus sophistiquée: elle peut disposer de graphiques et non pas uniquement de caractères; elle utilise une souris, *Windows*, et peut ouvrir *Windows Multimédia* (image, son, animation), etc.

Dans le *web*, il n'y a pas d'ordre hiérarchique, on navigue simplement d'une page à l'autre au moyen de liens ou fonctions *hypertext* (mots soulignés renvoyant à un autre document). Ainsi est-il possible de *surfer* parmi toutes les informations disponibles. Les ressources sont retrouvées grâce à des *index* ou des *moteurs de recherche* qui deviennent de plus en plus sophistiqués. Il est possible de rechercher par mot ou par thème et le moteur de recherche offre une liste des pages *web* qui remplissent les conditions données. Les recommandations pour la diffusion de l'information relative au centre lui-même sur le net, sont décrites dans le chapitre 1.8 de ce manuel.



2.7 LES PRODUITS ET LES SERVICES DOCUMENTAIRES

«La bonne information au bon moment pour le bon utilisateur, sous la bonne présentation et à un coût acceptable... voilà l'idéal de l'industrie de l'information»

«La bonne information au bon moment pour le bon utilisateur, sous la bonne présentation et à un coût acceptable... voilà l'idéal de l'industrie de l'information» [29]. La diffusion à l'utilisateur des informations dont il a besoin est la vocation essentielle du service d'information, et se traduit par la fourniture de produits et de services.

Les produits résultent de la transformation de l'information primaire, à l'aide des moyens humains et techniques du centre, pour fabriquer, en plus ou moins grandes séries, des bulletins, dossiers, voire banques de données; autant d'objets palpables, disponibles à la vente, ou bien cédés gracieusement, qui peuvent être stockés et consommés, en différé, par l'usager après acquisition [29].

Les services constituent des prestations fournies, à titre gracieux ou contre paiement, aux utilisateurs du centre d'information : consultation, prêt, diffusion sélective de l'information, etc. Dans ce domaine, la qualité de l'intervention humaine est un facteur essentiel de l'impact du service sur l'usager.

Les conditions et les contraintes de la diffusion de l'information

Elles sont multiples et ne doivent pas échapper au contrôle des centres d'information :

- les conditions institutionnelles du centre : liées à son statut et sa position dans l'institution support qui conditionnent ses missions et ses objectifs (se reporter au chapitre 1.12)
- la variété des besoins des usagers : leurs préférences, leurs exigences, leur niveau de maîtrise des outils d'information, de connaissance des possibilités du centre, etc. Une typologie précise de ces besoins est la condition préalable à l'établissement

de tout produit ou service d'information (se reporter au chapitre 1.2; et au chapitre 2.1)

- les capacités financières du centre : qui imposent souvent des choix entre plusieurs possibles, et conduisent également à tarifier certaines prestations ou en limiter l'accès
- les capacités techniques et technologiques du centre : qui sont dépendantes de l'effectif et du niveau de compétence de son personnel, ainsi que de son équipement.

Les stratégies de diffusion de l'information

Le plan stratégique du service d'information sportive (se reporter au chapitre 2.8) fait apparaître les choix parmi la diversité importante de réponses possibles pour satisfaire les attentes des différents segments d'usagers. Ces choix doivent clairement annoncer, pour chaque produit ou service, le niveau de prestation que l'on veut, ou que l'on peut, offrir à son public.

La diversité de l'offre est nécessaire pour couvrir la variété des besoins, cependant elle ne doit pas empêcher la définition d'une stratégie claire pour chacun des services et produits retenus. Dans le cas contraire elle peut conduire à la désorientation des usagers (qui ne savent pas déceler quelle est la meilleure réponse à leurs besoins), à la dispersion voire à la concurrence interne entre les offres, et enfin, à l'incompréhension du personnel.

Il est classiquement distingué deux types de stratégies dans le domaine d'activité d'un service d'information :

- la stratégie de la demande : qui consiste à délivrer des produits et services en réponse à une demande. Dans ce cas on parle de produits «*passifs*» car c'est le demandeur qui prend l'initiative de s'adresser au servi-

ce lorsqu'il en ressent le besoin (c'est le cas du service question-réponse, de la diffusion sélective de l'information, etc.)

- la stratégie de l'offre: qui consiste à proposer des produits et services fondés sur l'estimation de besoins potentiels, en anticipant la demande. Dans ce cas on parle de produits «actifs» car c'est le centre qui prend l'initiative d'aller vers l'utilisateur (c'est le cas des bulletins bibliographiques, des listes d'acquisition, etc.).

Les produits documentaires

Des plus élémentaires au plus sophistiqués, toute une gamme de produits peuvent être délivrés par le centre d'information. Dans ce manuel basique nous nous contenterons de présenter les plus courants et les plus utiles, priant le lecteur de se reporter à la bibliographie pour une description plus complète [19, 20].

LE BULLETIN D'INFORMATION DOCUMENTAIRE

Le bulletin d'information documentaire est encore le plus souvent produit sur support papier, cependant il se développe rapidement sur Internet, dans le cadre de la création des «sites». Ce bulletin est essentiellement un outil de communication, en cela ses fonctions principales consistent à:

- faire connaître le centre d'information, ses ressources, ses actualités, ses prestations
- motiver l'usager réel et potentiel à utiliser les produits et services du centre
- fidéliser les utilisateurs du centre en entretenant leur contact par la fourniture d'une information régulière.

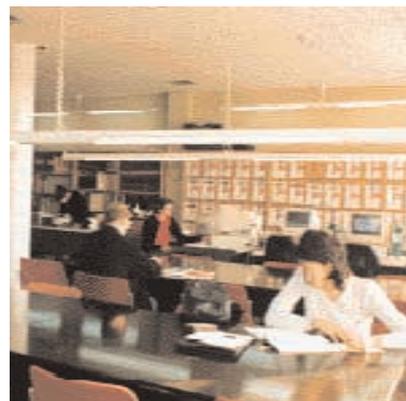
Sous forme papier, la périodicité peut être semestrielle, voire trimestrielle. Un des gros avantages de l'Internet est ici la possibilité de mise à jour en temps réel.

LES CATALOGUES (ou fichiers) DU CENTRE D'INFORMATION

Les catalogues sont destinés à la gestion du fonds et à la recherche documentaire. Ils recensent et décrivent les documents primaires constituant les ressources du centre, et sont réalisés à partir des notices bibliographiques (se reporter au chapitre 2.5).

Il existe plusieurs types de catalogue. Les plus fréquents sont le catalogue-auteurs et le catalogue-matières, auxquels peuvent s'adjoindre un catalogue-titres et un catalogue-topographique [19].

Ces catalogues sont encore le plus souvent réalisés sur des fiches cartonnées, rangées dans des classeurs mis à la disposition des utilisateurs du centre. Cependant les centres informatisés peuvent désormais s'équiper de systèmes OPAC (*On-line Public Access Catalogue*) qui permettent la consultation en ligne des catalogues, sans intermédiaire par les utilisateurs.



LES LISTES D'ACQUISITIONS

Les listes d'acquisitions informent les utilisateurs sur les nouveaux documents entrés dans le fonds documentaire. Généralement diffusées sous forme de bulletin, leur périodicité est fonction du volume et de la fréquence des arrivées. Elles constituent souvent un produit d'échange entre les centres d'information.

LES BULLETINS DE SOMMAIRES

Les bulletins de sommaires, avec une périodicité n'excédant pas deux mois afin de garantir la fraîcheur de l'information, rassemblent les sommaires des périodiques reçus par le centre pendant la période considérée. Ils sont généralement diffusés à une clientèle ciblée qui peuvent passer commande des articles qui les intéressent.

Un des plus importants bulletin de sommaires est le «*Current contents*» publié par l'ISI (*Institute of Scientific Information*) de Philadelphie (USA), qui répertorie les sommaires de toutes les revues scientifiques d'importance.

LES PANORAMAS ET DOSSIERS DE PRESSE

Les panoramas et dossiers de presse constituent une forme de diffusion de l'actualité fondée sur une sélection de documents primaires (généralement des articles parus dans la presse) en fonction de thèmes spécifiques.

Les articles sélectionnés peuvent être affichés dans le centre, diffusés à un public identifié et regroupés dans des dossiers thématiques. Ces derniers sont alors mis à la disposition des utilisateurs du centre, et/ou mis en circulation.

Le suivi de l'actualité impose un travail quotidien dans ce domaine, qui doit être pris en compte dans la gestion des moyens humains du centre.



LES DOSSIERS DOCUMENTAIRES

Les dossiers documentaires, généralement réalisés sur demande, rassemblent, sur un même sujet, un ensemble d'informations primaires de sources diverses. Les documents qui les composent sont le plus souvent présentés dans une chemise, livrés au demandeur et mis en consultation sur place. Ces dossiers sont mis à jour en fonction de l'évolution de l'actualité du sujet. Ils sont classés, voire détruits, lorsque le domaine d'intérêt n'est plus à l'ordre du jour.

LES BULLETINS BIBLIOGRAPHIQUES

Les bulletins bibliographiques et/ou index sont des listes de notices spécialisées, présentées selon un plan de classement, souvent accompagnées de courtes analyses et sélectionnées par le centre pour répondre à la demande des utilisateurs, ou bien à un sujet d'ordre général (bibliographie standard). Par souci d'exhaustivité ces listes couvrent, en général, toutes les sources, types de documents et langues accessibles au centre [20]. Ces bibliographies peuvent également avoir un caractère rétrospectif, présentant des documents remontant à un passé plus ou moins éloigné.

Ces bulletins peuvent encore être réalisés manuellement et être diffusés sur support papier, cependant ils constituent de plus en plus un produit secondaire de l'exploitation des bases de données bibliographiques, et sont diffusés sur support électronique.

LES SYNTHÈSES BIBLIOGRAPHIQUES

Les synthèses bibliographiques et états de la question permettent de dresser un tableau synthétique des connaissances existantes sur un sujet donné, sans avoir à consulter une trop grande quantité de documents divers. Produits à haute valeur ajoutée, par souci de fiabilité, ces synthèses doivent être réalisées par des spécialistes du domaine.

LES BASES ET BANQUES DE DONNEES

(se reporter au glossaire pour les définitions de ces deux notions qui, cependant, apparaissent désormais plus fréquemment sous l'appellation unique de *banques de données*).

Une banque de données n'est certes pas le produit le plus sophistiqué que puisse développer un centre d'information, en revanche c'est celui qui demande la mise en oeuvre la plus lourde. C'est la raison pour laquelle les principales d'entre elles, présentes sur le marché de l'information du sport (se reporter au chapitre 2.4) sont le résultat d'une coproduction en réseau d'un nombre plus ou moins important de partenaires.

En effet, la mise en service d'une banque de données requiert plusieurs niveaux d'intervention :

- le ou les producteurs qui traitent l'information primaire, sur la base d'une répartition des fonds documentaires constituant le domaine de la banque de données. A ce niveau une normalisation du traitement documentaire et l'utilisation d'un langage documentaire commun sont nécessaires afin de garantir l'homogénéité des données, pour une recherche pertinente des informations. Généralement, dans le cas d'un réseau, un producteur « principal » collecte, aux fins d'un contrôle de qualité, les productions des partenaires du réseau
- le ou les serveurs, organismes privés ou publics (ou bien le centre d'information lui-même s'il en possède la capacité) qui stockent et gèrent les banques de données et en autorisent l'accès sous certaines conditions. Ces serveurs mettent en oeuvre de puissants outils d'interrogation et de communication permettant des interrogations simultanées de la même banque de données, ou de plusieurs banques résidentes, ou même de banques gérées par des serveurs différents. Ils utilisent désormais,

dans la quasi généralité, le réseau Internet comme média.

Enfin, les serveurs utilisent très souvent les mémoires optiques, en particulier le CD-ROM (se reporter au chapitre précédent), pour offrir à leurs usagers des possibilités d'accès diversifiées

- le distributeur (rôle le plus souvent joué par le serveur) qui fait la commercialisation, la promotion et le marketing de la banque de données, assure la formation des utilisateurs, l'assistance et le service après-vente s'il y a lieu.

Les services documentaires

L'ACCUEIL ET L'ORIENTATION DU PUBLIC

La banque d'accueil est le lieu privilégié de toutes les fonctions relationnelles directes du service d'information : accueil, inscriptions, prêt, conseils et orientation des lecteurs, renseignements, recherches documentaires, etc. Toutes ces prestations en face à face avec le public, fondées sur le dialogue, sont d'une importance décisive pour l'image du service et la connaissance des besoins des utilisateurs. A cet effet on aura soin de choisir des horaires d'ouverture « utiles » pour l'utilisateur, et d'aménager des conditions d'accueil (personnel, local, aménagement, signalétique, etc.) qui favorisent la convivialité. L'emplacement sera si possible distant des lieux de consultation et de travail en raison de l'animation qui peut y régner.

Un accueil téléphonique est indispensable pour répondre aux demandes de renseignements sur les produits et services délivrés, surtout de la part des usagers potentiels qui seront dissuadés de contacter à nouveau le service s'ils n'obtiennent pas de réponse satisfaisante.

LA RECHERCHE DOCUMENTAIRE

Prolongement de l'orientation du public, le service de recherche documentaire a pour objet de fournir au demandeur les références des sources et des documents, sous tout support, qui correspondent à ses besoins.

Les techniques mises en œuvre sont amplement décrites dans le chapitre 2.5.

Le service peut-être sollicité sur place, en face à face avec le demandeur ce qui permet une bonne identification de ses besoins, par téléphone, par courrier ou messagerie électronique.

LA MISE A DISPOSITION DES DOCUMENTS PRIMAIRES

Plusieurs services peuvent être mis à la disposition de l'utilisateur afin de lui permettre l'accès à l'information primaire :

■ *la consultation sur place* pour laquelle deux formules sont possibles :

l'accès direct ou **libre accès** dans lequel le lecteur peut librement choisir ses documents dans les rayons de la bibliothèque. Formule conviviale, permettant le «butinage», elle diminue cependant les possibilités de contrôle. En cela elle peut être utilisée dans les petits centres avec un public d'habitues. Elle peut également relever d'un choix politique afin de promouvoir la documentation auprès d'un public naturellement peu enclin à l'utiliser. Toutefois l'absence de contrôle n'exclut pas toute surveillance et peut justifier, lorsque les résultats des recouvrements font apparaître des pertes, la mise en place d'un système magnétique de protection du fonds.

l'accès indirect ou **accès contrôlé** dans lequel, après consultation des catalogues, le lecteur s'adresse à un agent de la bibliothèque qui lui remet le ou les documents désirés, sortis du magasin. Les documents seront consultés en salle de lecture, puis restitués en fin de

session d'ouverture du service. Cette procédure demande un personnel disponible, mais assure un contrôle total des opérations et garantit, en particulier, contre le vol et les dégradations.

Cette formule peut s'appliquer notamment aux centres ouverts au public, et, dans tous les cas, aux collections spéciales et aux fonds *rares*.

Le centre d'information peut cependant mixer les deux formules : accès direct pour les usuels, les périodiques, et les documents les plus consultés constituant le fonds actif ; accès indirect pour les *réserves* et les fonds précieux ou rares.

■ *la circulation des documents*

Elle concerne essentiellement les périodiques et vise un objectif de diffusion rapide de l'actualité à un public bien ciblé. Deux exigences s'imposent à ce service : vitesse de circulation afin de garantir toute la fraîcheur de l'information (pallier les immobilisations pour cause d'absence ou de négligence), fiabilité de la circulation en contrôlant l'application des règles édictées (type de circuit, titres concernés, durée de consultation, modes de transmission, etc.). Deux formules sont possibles, avec possibilité de mixage :

- la circulation «*en étoile*» qui organise un retour au service entre chaque lecteur
- la circulation «*en cercle*» qui organise une circulation de lecteur en lecteur (plus difficile à contrôler), avant le retour au service.

De gestion souvent délicate, la circulation des documents ne doit pas obérer leur consultation sur place par les usagers du centre. Des solutions palliatives sont possibles comme la souscription d'un abonnement supplémentaire, la diffusion d'une liste des périodiques reçus ou d'un bulletin des sommaires et la fourniture des revues ou la copie des articles réclamés.

■ *le prêt à domicile et le prêt interbibliothèques*

Les règles du premier relèvent des conditions spécifiques à chaque centre et concernent en particulier :

- les catégories d'utilisateurs ayant droit au prêt
- les catégories de documents autorisés (et par voie de conséquence les exclus du prêt)
- le nombre de documents susceptibles d'être empruntés par un lecteur
- la durée du prêt
- les modalités d'emprunt et de restitution (dépôt d'une caution, possibilité de réservation, pénalités pour retard, etc.).

D'une manière générale, ce sont les ouvrages qui font l'objet du prêt pour une durée de 15 jours à trois semaines au maximum, le nombre de volumes empruntables à la fois étant de 2 ou 3.

Ce service fait le plus souvent partie des fonctions de la banque d'accueil et est de plus en plus automatisé dans les centres d'une certaine importance.

Le service du prêt interbibliothèques, international comme national, est fondé sur des accords précis passés entre les bibliothèques participantes. Il nécessite l'échange des catalogues, voire l'établissement de catalogues collectifs, afin que les demandeurs puissent localiser les documents qu'ils souhaitent.

■ *le service des photocopies*

Il permet de fournir l'information sans avoir à dégarnir les collections du centre. Il nécessite un équipement approprié et surtout le respect du «droit d'auteur», en l'occurrence le service étant reconnu comme le responsable de la reproduction dans la grande majorité des droits nationaux. A cet égard il existe dans de nombreux pays des instances officielles de

perception des droits de reprographie auxquelles il convient de s'adresser afin de légaliser cette activité.

Son coût étant relativement important, il est généralement tarifé dès lors que la recette permet de couvrir les charges administratives induites par sa perception.

■ *le service de diffusion électronique des documents*

Mis en œuvre par les unités importantes maîtrisant la technologie appropriée (Edition électronique), il permet la fourniture «en ligne» des documents ayant été préalablement scanérisés. Cette formule offre des avantages considérables en termes de facilité et de rapidité d'accès à l'information primaire par rapport aux services cités précédemment, qui en font une solution d'avenir. Comme la photocopie, l'édition électronique est encadrée par le «droit d'auteur».

LE SERVICE QUESTION-REPOSE

Il devient un service de plus en plus développé dans les centres qui évoluent ainsi de la fonction de «centre de ressources» à celui de «fournisseur d'information», rôle de plus en plus attendu par les usagers. Il ne s'agit plus ici de fournir les documents primaires mais d'en extraire l'information utile pour le demandeur.

Ce service nécessite un personnel spécialisé, la possibilité d'accéder à des ressources extérieures voire de disposer d'un réseau relationnel dense. Il peut être organisé sur place, en face à face avec le demandeur, par téléphone ou par courrier et désormais par l'utilisation de la messagerie électronique.

LA VEILLE INFORMATIVE ET LA DIFFUSION SELECTIVE DE L'INFORMATION (DSI)

Elles consistent à fournir à un utilisateur, ou à un groupe d'utilisateurs, selon une périodicité

définie, l'information documentaire correspondant à leurs centres d'intérêt, parue au cours de la période considérée.

L'information peut être livrée «brute» ou bien analysée (résumée). L'efficacité de cette prestation tient pour beaucoup à la pertinence du «profil documentaire» de l'utilisateur qui doit être régulièrement vérifié et mis à jour.

L'abonnement constitue la procédure la plus utilisée. Il est fondé sur le nombre de sources consultées, l'amplitude et la complexité du profil, la fréquence des livraisons.

D'un coût de revient élevé, ce service est le plus souvent mis en œuvre pour répondre à des besoins collectifs (profils de groupe correspondant à un ensemble de personnes ayant des intérêts communs) plutôt qu'à des profils individuels plus onéreux.

LE SERVICE DES ETUDES DOCUMENTAIRES

Il fournit le produit le plus élaboré de la chaîne documentaire. Il s'agit ici de rassembler, valider, analyser, pondérer et présenter l'information en fonction de critères correspondant aux différents points de vue ou utilisations que les demandeurs sont susceptibles d'avoir sur un sujet précis. Cette activité nécessite la participation d'experts du domaine considéré et un important travail de reconditionnement de l'information sous une forme condensée et qualitative. C'est pourquoi les prestations sont souvent onéreuses en temps et en argent et, de ce fait, comme pour le service précédent, sont le plus souvent mises en œuvre dans le cadre d'un usage collectif.

LE SERVICE DES TRADUCTIONS

Il dégage une valeur ajoutée indispensable à la qualité du fonds documentaire rassemblé et à la pertinence des informations fournies sur un sujet déterminé, en particulier pour les chercheurs scientifiques pour lesquels l'ex-

haustivité constitue une condition essentielle à toute recherche documentaire.

Les coûts de traduction étant généralement élevés, il est recommandé d'établir un entretien entre l'utilisateur et le traducteur afin de déterminer, après lecture en diagonale du texte, quelles sont les parties correspondant aux besoins réels du demandeur. Une autre façon de faire consiste à produire des résumés des articles sélectionnés sur un bulletin des sommaires, la traduction intégrale du document original étant commandée dans un deuxième temps.

Dans un souci de rentabilité toutes ces traductions doivent être conservées par le centre et mises à la disposition de la collectivité.

De nos jours les technologies nouvelles développent des systèmes de *traduction assistée par ordinateur* (TAO), qui permettent déjà d'aborder la compréhension d'un texte avec un coefficient de satisfaction intéressant. Ces systèmes demeurent cependant encore très onéreux pour la majorité de nos centres.

La tarification des produits et services documentaires

Il ne s'agit pas ici de se placer dans une optique marchande, mais de considérer que quelles que soient les conditions d'exercice du service, l'information a un coût. Nous avons eu l'occasion d'aborder cette question dans le chapitre 1.11.

La politique tarifaire des services peut être très diverse, selon leur statut (public ou privé), les bases de calcul du prix de revient (incidence des subventions, élimination des coûts de structure, fonction promotionnelle accordée à l'information, etc.)

En l'absence d'un «Argus» des produits et services d'information, il convient de prendre en considération :

- le coût de revient du produit ou service
- le prix couramment rencontré sur le marché, dans des conditions comparables

- le prix «psychologique», qui peut être accepté par la catégorie de public concerné.

En second lieu se pose le problème de l'unité de base de la tarification. En règle générale la quantité fournie (à condition que l'unité de base soit claire) est préférable à la durée (durée de consultation, durée de la recherche) qui dissuade le débutant et pénalise les possesseurs d'équipements lents.

Ensuite, il faut choisir parmi plusieurs procédures de vente possibles :

- vente sur catalogue: adaptée aux produits standards et en nombre d'exemplaires
- vente par abonnement: pour des produits périodiques ou des prestations répétitives
- vente au forfait: cotisation ou droit de consommation (généralement annuel) sur un ensemble diversifié de produits et services
- vente sur devis: adaptée aux prestations «à la demande».

Enfin, plusieurs modes de règlement sont à envisager:

- perception sur place: nécessité d'organiser une fonction de «caisse» à l'intérieur du service
- ouverture de compte: qui donne à l'utilisateur le droit de consommer au prorata du montant ouvert
- paiement par «vignettes» achetées en nombre et servant de «monnaie» pour le règlement.

Ces deux derniers modes permettent d'éviter les trop nombreuses facturations, le plus souvent pour des petits montants.



2.8 LE MANAGEMENT DES CENTRES D'INFORMATION

Les centres d'information performants sont ceux qui fonctionnent avec une planification bien définie de la gestion de leurs fonds, de leurs ressources humaines et financières, mais également de la fourniture de services aux usagers et, enfin, de leur organisation elle-même.



Les centres d'information performants sont ceux qui fonctionnent avec une planification bien définie de la gestion de leurs fonds, de leurs ressources humaines et financières, mais également de la fourniture de services aux usagers et, enfin, de leur organisation elle-même.

Il existe un certain nombre de standards de pratique de management qui doivent être respectés, et qui forment le cadre majeur du management de tout service d'information.

Ainsi, pour manager un service d'information de manière efficace, il est essentiel de :

- planifier ce que vous allez faire
- consulter les personnes ressources
- développer un plan annuel de management du centre
- justifier toutes les ressources, humaines et financières, par rapport au plan
- programmer l'exécution
- contrôler les progrès par rapport au plan
- évaluer d'où l'on vient et où l'on va
- réviser le plan.

La planification

La création de tout service d'information doit mettre en œuvre un processus de planification stratégique qui puisse assurer que le service d'information/bibliothèque possède des objectifs clairs, et des stratégies adaptées afin d'atteindre ses objectifs avec l'efficacité voulue. Goodstein [18] définit la planification stratégique comme *«le processus par lequel une organisation envisage son avenir et développe les procédures et les opérations nécessaires pour l'accomplir»*.

Pour les centres et les bibliothèques de l'information du sport, il est important de disposer d'un plan stratégique, par écrit, qui définisse clairement leurs buts et objectifs, qui doivent être en relation avec ceux de l'institution sup-

port. Ce plan stratégique doit faire l'objet de contrôles et de révisions afin de pouvoir modifier les objectifs pour le prochain cycle de planification, si nécessaire. Il est important de dire que le plan stratégique d'un service d'information est un document vivant, un processus continu réclamant de constantes révisions, tout particulièrement à la suite de larges consultations des usagers et de l'équipe du personnel. La planification ne possède pas de signification par elle-même, elle prend tout son sens dans l'accomplissement de buts et d'objectifs reconnus.

Au cours de l'établissement d'un processus de planification, il est important d'aborder systématiquement les tâches. Aussi recommande-t-on aux responsables de la planification des services d'information d'adopter un modèle avec une approche par étapes, ainsi que le décrivent Goodstein [18], ou Penna [22]. Toutefois il existe de nombreux autres modèles de planification décrits dans la littérature spécialisée, qui peuvent être suivis.

L'ENONCE DES MISSIONS

Un premier pas important dans la planification consiste à se prononcer sur l'objectif central, la mission fondamentale du centre d'information, comme cela a été exposé dans le chapitre 1.12 de cet ouvrage. La mission exprime, dans ses grandes lignes, la raison d'être du service et prédétermine ses objectifs généraux, ses objectifs opérationnels, ses stratégies et ses politiques. Pour déterminer cette mission centrale du service, il faut que ses utilisateurs réels et potentiels aient été consultés, et qu'aient été obtenus l'engagement de l'équipe du personnel du service et l'agrément de la direction de l'institution support.

LA FIXATION DES OBJECTIFS GENERAUX

Une fois énoncée la mission principale du centre d'information, il est désormais néces-

saire de fixer ses objectifs généraux et spécifiques, pour, ensuite, considérer comment ils peuvent être traduits en une stratégie opérationnelle permettant de les atteindre d'une manière rationnelle et rapide, aussi loin que l'autorisent les ressources humaines, financières et matérielles du service. A ce stade il peut être nécessaire de s'engager dans un processus de définition de priorités. Dans le management d'un service, il est impossible de tout faire, aussi la définition de priorités est-elle importante. Elle constitue, en fait, le noeud réel de la planification stratégique, et c'est la raison pour laquelle le service a vraiment besoin de prendre en compte son environnement en termes de contraintes, d'opportunités, de faiblesses et de forces, internes et externes qui le définissent. Cette analyse va permettre de faire des choix sur le type de stratégie à mettre en œuvre pour atteindre les objectifs.

Les objectifs généraux du service d'information doivent être formulés. Ils établissent les larges intentions du centre d'information qui peuvent couvrir une période de deux à cinq années. Selon Chen [09], l'énoncé des objectifs généraux: *«autorise simplement une vision de la forêt au lieu de celle des arbres!»*.

Exemples d'objectifs généraux pour un service d'information:

- collecter de manière exhaustive l'information pertinente multimédia sur le sport, de nature bibliographique ou non bibliographique
- organiser les fonds collectés et développer des manuels appropriés ainsi que des outils de recherche automatisés.

Ces objectifs généraux fournissent le sens, symbolisent le service, révèlent ses ressources managériales et administratives, et impliquent quels types de travaux seront réalisés dans le cadre des services aux usagers,

des services techniques et administratifs du centre d'information. Ils servent, en fait, ainsi que le suggère Riggs [27]: *«comme la charpente élaborée pour intégrer les efforts de toutes les parties opérationnelles d'un centre d'information dans un total effort d'information»*.

LA FORMULATION DES OBJECTIFS OPERATIONNELS

Une fois fixés les objectifs généraux du centre d'information, il est alors nécessaire de formuler les objectifs opérationnels que Riggs [27] décrit comme *«les bornes routières qui marquent le chemin vers les objectifs généraux de la bibliothèque»*. Ces objectifs opérationnels doivent être mesurables, de courte portée et limités dans le temps. Ils sont couverts par des responsabilités spécifiques confiées à un niveau individuel. Pour le cas où le service d'information ne comprend qu'un employé, le responsable du service doit s'assurer qu'il est capable de couvrir l'objectif. Les missions, objectifs généraux et objectifs opérationnels ne reflètent pas seulement la vision prospective du centre d'information, mais constituent également le fondement de ses actions quotidiennes. Celles-ci ne sont pas effectuées isolément, elles le sont dans la compréhension de l'environnement du service et dans le cadre des prévisions, voire des prédictions, de l'évolution du monde. Il est essentiel que toute planification d'un service d'information mette en œuvre une observation minutieuse et constante des menaces, opportunités, faiblesses et forces susceptibles de l'assister ou de le handicaper dans l'exécution de son plan stratégique.

Le plan annuel de management

De l'établissement des missions découlent les objectifs généraux et opérationnels, les stratégies spécifiques ainsi que les tâches du service, et tout ceci formera le plan opéra-

tionnel annuel ou plan de management du service d'information. En établissant la stratégie du service d'information, il est nécessaire de formuler par écrit, en face de chaque objectif, toutes les voies qui puissent conduire à l'atteindre, pour définir laquelle de ces stratégies est la plus importante, identifier des solutions alternatives, voire des plans d'urgence. Par exemple, une stratégie peut consister à vouloir développer un catalogue en ligne, cependant, si les finances sont insuffisantes pour cela, une mesure transitoire devra être mise en œuvre qui peut être la création d'un fichier manuel.

Une fois les stratégies possibles identifiées et classées par priorités, il convient de les formaliser dans un document classiquement appelé plan annuel de management, structuré en sections comme par exemple : les objectifs relatifs aux services des usagers, ceux relatifs aux services techniques et les services de management. Sous chaque objectif du service d'information seront listées les stratégies appropriées. En annexe seront inventoriées les ressources humaines et financières nécessaires, ainsi qu'une programmation finale du projet, bien que certaines stratégies puissent être permanentes faisant partie du fonctionnement continu du service. La mise en œuvre d'un tel processus met en évidence les types de ressources nécessaires pour appliquer le plan stratégique. Ces informations fourniront les bases de la programmation budgétaire, humaine et matérielle de la bibliothèque, et le plan constituera le cadre de management des fonds et des ressources humaines et financières du service d'information.

Parfois le budget a déjà fait l'objet d'une attribution au service, dans ce cas le plan de management doit mettre en évidence ce qui peut être réalisé avec cet argent. Si, toutefois, le budget n'a pas été attribué, le plan de management doit aider à sa préparation en indiquant avec précision comment le service entend employer l'argent à recevoir.

La finalisation du plan de management peut, quelquefois, identifier des stratégies à exclure du plan en raison de ressources insuffisantes ou de changements de priorités.

Le plan annuel de management est un excellent outil pour indiquer au personnel du service, à ses usagers ainsi qu'aux managers de l'institution, quels sont les projets de réalisation du service et de quelles ressources il dispose. Le plan doit être présenté de telle manière à laisser la place aux commentaires en face de chaque stratégie, ce qui permet de l'utiliser par la suite comme document de rapport.



Exemple d'une section d'un plan annuel de management d'un service d'information

OBJECTIF GENERAL 1 : collecter de manière exhaustive l'information pertinente multimédia sur le sport, de nature bibliographique ou non bibliographique.

OBJECTIF OPERATIONNEL 1: constituer un fonds exhaustif de vidéocassettes sur le sport				
STRATEGIES	RESSOURCES HUMAINES	RESSOURCES FINANCIERES	PROGRAMME	COMMENTAIRES
Acquérir les vidéocassettes sur l'entraînement sportif	Bibliothécaire Spécialisé en Audiovisuel	55.000 FF	Permanent	50 vidéocassettes acquises de janvier à juin 1996
Fournir les matériels de consultation des vidéocassettes	Bibliothécaire Spécialisé en Audiovisuel	16.000 FF	Décembre 1996	Magnétoscope et moniteur vidéo acquis et mis en service en Mai 1996
OBJECTIF OPERATIONNEL 2: établir un fonds sélectif de périodiques scientifiques du sport				
STRATEGIES	RESSOURCES HUMAINES	RESSOURCES FINANCIERES	PROGRAMME	COMMENTAIRES
Etablir une liste sélective des périodiques scientifiques du sport	Bibliothécaire désigné	16.000 FF	Décembre 1996	Equipe du personnel chargé de classer les périodiques par ordre d'importance

Une fois le plan annuel de management établi et accepté, le service d'information doit mettre en oeuvre les stratégies définies et contrôler les progrès de chacune d'elles. Bien que le plan de management identifie les tâches clés à remplir et à manager dans le centre, une documentation spécifique peut devoir être établie pour certaines tâches et certaines stratégies. Cette documentation décrit avec précision comment ces tâches spécifiques doivent être managées, comme par exemple: comment le catalogage des ressources sera mis en oeuvre et quelles seront les politiques et procédures qui le sous-tendent.

En plus d'effectuer des commentaires sur les stratégies dans le plan de management, comme indiqué précédemment, le centre d'information devra développer d'autres systèmes d'information sur ses activités qui puissent alimenter le contrôle de la progression du plan. Il est, par exemple, recommandé d'enregistrer le volume et le type de demandes reçues, le nombre de photocopies

réalisées pour les utilisateurs, etc. Toutes ces informations quantitatives et qualitatives recueillies auprès des utilisateurs du service, de façon formelle ou informelle, permettent de situer la performance du centre par rapport à ses buts et objectifs, et finalement d'évaluer son efficience.

De nos jours, où la nécessité de rendre compte de toutes les facettes de notre activité et de nos dépenses est de plus en plus affirmée, le responsable du centre d'information doit en permanence recueillir les informations qui puissent justifier le soutien permanent accordé à son service. Ainsi des rapports sur les progrès réalisés seront-ils régulièrement adressés aux membres de l'équipe du personnel du centre, à ses usagers et à des personnes clés de l'institution support. Dans certaines organisations, un comité de management ou un comité consultatif supervise les activités du service d'information, et c'est à ce comité que les rapports seront alors adressés.

Une fois le plan de management mis en place en tant que principal outil de management d'un service d'information, il est nécessaire d'évaluer à quel point le centre a bien atteint ses objectifs. Il revient au responsable du service d'effectuer cette évaluation. Très souvent les utilisateurs du service sont consultés à cet effet. Cette évaluation, qui doit être annuelle, passe en revue chaque objectif, afin de mettre à jour les réussites et les progrès à faire. Un processus d'évaluation permet souvent de constater que certains objectifs sont impossibles à atteindre, ce qui est fréquent lorsque de nouveaux objectifs émergent à la suite d'un changement de circonstances ou de changement d'orientation due à l'institution support. En raison de ces changements il peut être nécessaire d'effectuer des ajustements du plan de travail et de reconsidérer les objectifs généraux et opérationnels du service. Comme il l'a été dit précédemment, la planification stratégique n'est pas un processus figé, mais résulte d'un plan stratégique qui se déroule dans le concret. La planification stratégique des services d'information est un cycle continu qui leur permet de définir leurs buts et leurs

objectifs, de formuler et de déployer des stratégies au travers d'un plan de travail, de les contrôler et de les évaluer en correspondance avec des besoins individuels et collectifs d'information.

Pour conclure, on peut dire qu'il existe beaucoup de manières différentes pour manager un service d'information, qui dépendent de la structure managériale de l'institution support, et dans certains cas du style personnel de management du responsable du service. Toutefois, il s'avère que sans planification systématique il est peu probable qu'un service d'information du sport puisse réussir dans le long terme. Le processus de planification constitue le fondement du management d'une bibliothèque, centre d'information ou de documentation du sport performant.



2.9 LE MARKETING DES CENTRES D'INFORMATION

L'objectif principal des centres d'information et de documentation sportive est de satisfaire leurs utilisateurs. Pour ce faire, ils doivent agir, comme toute entreprise ou institution, et mesurer leur seuil d'efficacité et d'utilité pour la vente de produits et de services destinés à satisfaire, avec plus ou moins de précision, les requêtes et besoins exprimés par diverses catégories de clients.



L'objectif principal des centres d'information et de documentation sportive est de satisfaire leurs utilisateurs. Pour ce faire, ils doivent agir, comme toute entreprise ou institution, et mesurer leur seuil d'efficacité et d'utilité pour la vente de produits et de services destinés à satisfaire, avec plus ou moins de précision, les requêtes et besoins exprimés par diverses catégories de clients.

Dans les chapitres précédents, nous avons traité de sujets visant à la réalisation de cet objectif. Nous avons pu définir une stratégie de communication en identifiant la relation entre les services offerts par le centre et ses utilisateurs/clients et nous avons également pu établir un plan d'action pour mettre à disposition cette offre de services. Etant donné que le centre fait le commerce d'informations, nous avons examiné la manière d'utiliser les technologies disponibles et avons défini un système de distribution facilitant la circulation de l'information.

Dans une plus ou moins large acception, le terme marketing intègre l'ensemble des tâches et études précédemment énoncées, dans le but d'instaurer la meilleure relation possible entre l'entreprise, ses produits et ses clients. Mais dans le cas de nos centres d'information, comme dans toutes les compagnies modernes, le seul souci de *vendre* n'est pas l'unique priorité; toute une série de problématiques doivent être définies; il s'agit de l'ensemble des relations et des comportements établis par l'entreprise dans le cadre de son environnement. Ceci inclut, par exemple, la manière dont l'entreprise agit, l'attitude de son personnel, les relations internes et avec le monde extérieur, la position de l'entreprise au sein de la société, de l'environnement naturel, la valeur attribuée aux bénéfices financiers par rapport aux obligations sociales, etc. Toutes ces éléments déterminent la *culture* de l'entreprise, qui est reflétée par son *image*.

La manière dont cette image est construite est une dimension capitale du marketing d'un service d'information à l'intérieur d'une entreprise ou d'une organisation, car la manière dont les usagers perçoivent l'organisation va influencer d'une manière forte leur perception du centre d'information et de ses services. Par exemple, l'image d'un établissement fermé, avec un personnel peu serviable, affectera dans une large mesure celle de son service d'information auprès de ses usagers.

Les caractéristiques commerciales du centre d'information

Pour mettre sur le marché et promouvoir ses services, le centre doit définir ses objectifs en matière d'information. A cet égard, il doit en permanence réajuster son travail, ses services et ses produits. Il doit considérer l'information comme une valeur quantifiable, en termes financiers même; et prendre ses décisions selon un critère de profit. La rentabilité ne sera pas exclusivement financière mais également sociale; néanmoins l'estimation du coût aide à mettre en place des lignes d'action dans un contexte spécifique.

Le centre d'information doit, en outre, évaluer la rentabilité de sa politique de communication. Nous devons répondre aux questions spécifiques qui s'y rapportent. De nos jours, les programmes de contrôle qualité offrent de très utiles solutions. Quoi qu'il en soit, avant de chercher ailleurs, cela vaut la peine de procéder à un examen local par la biais d'un *audit d'information*.

L'Audit d'Information

Alfons Cornellà [13] a développé un audit très spécifique des services d'information qui justifie le développement de projets, de plans d'acquisition et donc le système d'organisation et de fonctionnement du centre. L'audit décrit son organisation, ses objectifs, sa structure

(formelle et effective), sa culture (sa structure authentique, représentée par les traits principaux de ses membres, de ses us et coutumes locaux, etc.). De plus, Cornellà propose également un audit des ressources: ressources humaines, en équipement, en organisation (structure d'information, systèmes de communication, répartition des tâches), moyens budgétaires (masse salariale, coût d'équipement).

S'appuyant sur cela, Cornellà [13] établit un bilan qui doit satisfaire aux objectifs initialement prévus. Il s'agit:

- de comparer ce que l'on possède avec ce que l'on devrait avoir
- d'étudier dans quelle mesure la culture et la structure de l'organisation permettent de réels changements et une meilleure exploitation de l'information
- d'établir si les modifications apportées à la gestion de l'information conduisent à une augmentation des bénéfices pour l'organisation.

C'est seulement après avoir répondu à ces questions qu'il sera possible de décider des lignes d'action à suivre et des comportements à modifier.

La communication sociale intégrée

Jusqu'à présent, il a été question d'émettre un message unique, une image d'entreprise unique, conséquence directe de l'existence d'une culture d'entreprise. Ce processus de communication vise la société dans sa globalité. En outre, il devra être intégré, même si chaque outil et chaque technique peut être utilisé à des fins indépendantes. Ce qui a été dit à propos de la communication des centres d'information (chapitre 1.9) est également valable ici.

Il faudra tirer avantage de la tendance à l'intégration des nouvelles technologies de l'information, qui n'existait pas dans les systèmes de

communication traditionnels. Le centre d'information devra utiliser les nouvelles technologies de la publicité, des relations publiques, les outils marketing de la presse et des agences de communication. Cela étant, il ne faut pas pour autant éliminer les outils traditionnels de communication; dans certains cas, une brochure, un livret ou une présentation personnalisée d'un membre du personnel du centre peuvent avoir un impact efficace, parfois même supérieur à celui d'un outil technologique tel qu'Internet, une publicité radio, etc.

Le marketing des services d'information doit également étudier la possibilité du recours au sponsoring. Ces financements peuvent être consacrés au service dans son entier, ou bien à un service particulier. Ainsi une entreprise d'électronique peut sponsoriser un service de prêt de vidéocassettes.

Le marketing

Le plan marketing d'un centre d'information doit être développé en tant que partie du plan marketing global de l'institution dont dépend le centre, à moins qu'il ne soit totalement indépendant. En tout état de cause, le centre doit se promouvoir lui-même à l'intérieur de son institution afin que ses besoins puissent être pris en compte.

Comme toujours, le plan marketing comprend les actions suivantes:

- une recherche des marchés de prospects
- la segmentation du marché selon les caractéristiques et les demandes des divers groupes d'utilisateurs
- l'étude des demandes exprimées
- la définition de produits et de services avec les meilleures chances d'être acceptés par le marché.

Les quatre éléments classiques principaux du plan marketing, à garder en mémoire, demeurent:



- les services et les produits
- le prix
- le point de vente et ses caractéristiques
- les éléments promotionnels.

En outre, dans ce processus, il est essentiel de prévoir les cycles de vie et de remise à niveau des produits, des services et des installations, ainsi que la remise à jour des connaissances du personnel afin de pouvoir être assurés de la pertinence des réponses aux utilisateurs.

Enfin, et certainement le plus important, il apparaît essentiel d'évaluer et d'analyser en permanence les résultats du plan pour être certains de l'efficacité des actions engagées et de leur bon accueil par les usagers. Aucun marketing sur le plan mondial ne mettra un produit ou un service sur le marché qui ne conduise à la satisfaction des usagers.

Les relations publiques

Le marketing et les relations publiques sont des processus complémentaires. Nous avons déjà indiqué que le marketing consiste à proposer des produits et des services à des usagers de la façon la plus accessible possible. Les relations publiques traitent de la communication entre l'entreprise et son public.

Pour mettre en œuvre un service de relations publiques efficace, tout le personnel du centre doit appliquer les techniques de communication au contact de l'utilisateur.

Selon son créateur, Bernays [05], les relations publiques expriment parfaitement les deux mots qui composent cette expression: *«les relations entre une organisation, une personne, une idée ou autre, avec le public dont leur existence dépend»*. Les relations publiques concernent l'essence même de l'entreprise, modèlent son image et sa perception par le public, ce qui affectera dans une large mesure, parfois même à

l'avance, le succès ou l'échec de tel produit ou de tel service.

Un des principes fondamentaux des relations publiques concerne le contact direct avec chacune des personnes constituant le public. L'impression la plus forte et la plus rémanente est obtenue lorsque les personnes ont un contact individuel avec le personnel du centre qui se met à l'écoute de leurs besoins. Le



premier contact a une très grande importance quant à l'image perçue par l'utilisateur, parfois même disproportionnée. Il convient d'adopter une attitude humaine, professionnelle et chaleureuse, vis à vis des usagers du centre, qui

constitue le meilleur outil de relations publiques. Quand bien même cette impression ne serait-elle ressentie que par une seule personne, il est fort probable qu'elle se propage et que le centre y gagne une image favorable.

Résumées par Villafaña [31], les principales idées véhiculées par ce processus sont les suivantes :

- chaque communication interpersonnelle doit refléter la culture d'entreprise et la personnalité du centre, sans attitudes contradictoires de la part de l'équipe du personnel
- ces communications doivent être efficaces et doivent contribuer au développement des tâches professionnelles quotidiennes
- toute relation doit être empreinte de flexibilité et s'adapter à chaque circonstance
- un haut niveau de compréhension est requis, non pas uniquement au sens de la compréhension du contenu des messages, mais également dans leur compréhension

globale avec la volonté affirmée d'accuser réception de ces messages, sans interprétation des données.

Le public du centre d'information

Nous avons déjà défini plusieurs types de publics. Nous devons nous rappeler que le personnel du centre constitue lui-même un public local et qu'il en va de même pour toutes les personnes qui travaillent dans l'institution à laquelle le centre est rattaché. Il existe également différents types de publics extérieurs qui sont généralement répertoriés selon un ordre de priorité des services qui leur sont accordés. Quoiqu'il en soit, le public interne comme le public externe, devra faire l'objet des mêmes soins et de la même attention, ce à différents niveaux :

- l'accueil
- l'offre de service ou l'acquisition de produits
- la fidélisation de l'utilisateur avec lequel un premier contact a déjà été établi.

Lorsqu' il s'agit de former le public, tenter *d'éduquer* quelqu'un s'avère toujours délicat, surtout lorsque cette personne ne se sent pas obligée d'apprendre. Il existe ici une discordance entre ce que le professionnel de l'information pense que l'utilisateur devrait connaître et le niveau de connaissances en documentation que l'utilisateur est réellement enclin à acquérir. Ceci est également valable pour l'utilisation des outils d'accès à l'information qui ne doit pas, comme il a été précédemment dit, être trop ennuyeuse, ni trop compliquée. Ce que nous nous proposons doit être de fournir des outils qui permettent une relation aisée avec l'information ; il ne s'agit pas, pour autant, de former de nouveaux documentalistes.

Certaines techniques de contrôle qualité peuvent concerner les utilisateurs ; notamment celles destinées à évaluer leur degré de satis-

faction se rapportant aux services rendus. Le centre doit mettre à leur disposition des questionnaires attractifs et faciles à remplir. Ainsi ils pourront exprimer clairement leur opinion sur le centre et ses services. Ainsi l'utilisateur se sent-il valorisé par le centre et la possibilité de revendication le rapproche de celui-ci et lui permet de canaliser une plainte qui, autrement, aurait pu conduire à une mauvaise presse du centre, sans pour autant permettre la résolution du problème. Par l'écoute des revendications le centre d'information peut corriger ses erreurs et ses faiblesses.

Les professionnels de l'information : agents de communication



Pour ce qui concerne les centres d'information sportive, il est essentiel que leurs responsables et leurs personnels soient formés au marketing et aux relations publiques afin qu'ils puissent acquérir une compétence en

communication. Comme il a été dit précédemment, les centres d'information agissent dans le cadre de leur institution support dont ils doivent pouvoir attendre un appui clair et ferme. Fort de cet appui ils devront :

- travailler en considérant le centre comme une entreprise compétitive orientée vers la satisfaction de ses utilisateurs
- développer des produits et des services spécialisés, adaptés aux besoins des usagers
- servir de médiateur dans le processus d'accès aux connaissances et apporter leurs conseils sur la qualité et la pertinence des documents à utiliser.

GLOSSAIRE

(les termes en *italique* renvoient à leur définition dans le glossaire)

Accès aux documents	Modalités par lesquelles les usagers peuvent se procurer un <i>document</i> dans la bibliothèque. Il peut être libre : choix direct dans les rayons, ou indirect : choix, par l'intermédiaire d'un <i>catalogue</i> , des documents rangés en magasin.
Acquisition	Opération permettant d'obtenir les <i>documents</i> repérés et sélectionnés. Tâche de gestion nécessaire à la création et au développement du <i>fonds documentaire</i> .
Acquisition partagée	Méthode d'achat selon laquelle plusieurs centres d'information se répartissent les <i>acquisitions</i> de certains <i>documents</i> (réseau d'acquisition).
Adresse E-mail (mel)	Repérée par le symbole @, c'est le moyen qui permet aux utilisateurs de s'identifier afin de pouvoir échanger du courrier électronique sur <i>Internet</i> .
Analyse de la valeur	Méthode de recherche du meilleur équilibre entre la satisfaction des besoins ou attentes et le coût du produit ou du service.
Analyse documentaire	Opération qui consiste à décrire le contenu d'un document sous une forme condensée. Les <i>mots clés</i> peuvent être intégrés à cette notion.
Architecture client-serveur	Mode d'organisation des postes de travail (en général des micro-ordinateurs) dans lequel les traitements sont répartis entre un ou plusieurs ordinateurs appelés <i>serveurs</i> et des ordinateurs appelés <i>clients</i> . Les logiciels clients dialoguent avec le(s) <i>serveur(s)</i> et effectuent eux-mêmes certaines tâches.
Archives	Ensemble des <i>documents</i> se rapportant au passé d'un service et placés en dehors du <i>classement</i> actif.
Autoroutes de l'information	Réseaux interactifs à haut débit et des services qui leur sont associés.

Balance budgétaire	Outil de suivi de gestion permettant d'établir, en cours d'exercice, le bilan provisoire des recettes et des dépenses.
Banque de données	Ensemble de données, le plus souvent informatisées, qui traite des informations factuelles, numériques ou textuelles, directement accessibles chez le centre qui la diffuse.
Base de données	Ensemble organisé de <i>références bibliographiques</i> sur des informations stockées physiquement en divers endroits, et informatisées de manière à permettre leur consultation et leur mise à jour faciles.
Bases de connaissances	Ensemble d'informations relatives à un domaine défini de connaissances, structuré pour permettre la consultation par des moyens informatiques.
Bibliographie	Liste complète ou sélective de <i>documents</i> concernant un sujet déterminé.
Bruit	Dans une <i>recherche documentaire</i> : ensemble des <i>documents</i> non pertinents apparus dans la réponse.
Bulletinage	Opération consistant à contrôler l'arrivée des périodiques.
Catalogage	Rédaction de toutes les <i>notices</i> nécessaires aux différents <i>catalogues</i> à partir d'une description normalisée des éléments permettant l'identification de l'ouvrage considéré (ISBD).
Catalogue	Liste de tous les <i>documents</i> conservés par le centre d'information, présentés selon un ordre spécifique: auteur, matière, titre, etc. En outre, il fournit la localisation des <i>documents</i> cités.
Centre serveur	Organisme exploitant un système informatique destiné à permettre en direct la consultation de données, et/ou l'utilisation de services, par un public indéterminé ou particulier.
CD-ROM	<i>Compact Disc-Read Only Memory</i> : disque compact optique numérique normalisé (ISO 9660), non réinscriptible, offrant une capacité de stockage importante (550 Mo) pour tout type d'information (texte, image, son).

Chaîne documentaire	Ensemble structuré et séquentiel des opérations de gestion des <i>documents</i> . Elle comprend : la collecte, l'enregistrement, l' <i>analyse documentaire</i> , le <i>classement</i> , le <i>stockage</i> , la diffusion de l'information.
Champ	En <i>catalogage</i> : rubrique élémentaire d'information dans un enregistrement (ex : titre, auteur, date, etc.) En informatique : rubrique d'un <i>fichier</i> dans une <i>base de données</i> .
Circulation (circuit) des documents	Voir <i>chaîne documentaire</i> .
Classement	Opération qui consiste à ranger les <i>documents</i> selon un ordre préétabli afin de les retrouver facilement et rapidement à la demande.
Classement numérique	Les <i>documents</i> sont rangés selon leur numéro d'entrée à l' <i>inventaire</i> .
Classement systématique	Les <i>documents</i> sont rangés selon leur contenu, d'après une <i>classification</i> préétablie.
Classification	<i>Langage documentaire</i> dans lequel les <i>descripteurs</i> permettant de représenter les concepts d'un domaine déterminé, sont ordonnés de manière systématique en fonction de critères matériels ou intellectuels (ex : classification de Dewey, classification décimale universelle, etc.).
Conservation	Méthodes et procédés de préservation des collections patrimoniales : fonds anciens, rares et précieux.
Conversationnel ou interactif	Mode de traitement permettant le dialogue entre un ordinateur et un utilisateur.
Copyright	Droits de propriété des auteurs d'oeuvres. La mention © indique le titulaire des droits d'auteur et l'année d'obtention de ce droit.
Cote	Ensemble des signes et symboles servant à localiser, selon un <i>plan de classement</i> , l'emplacement d'un ouvrage dans les rayons de la bibliothèque. C'est un repère propre à chaque centre.

Démarche qualité	Mise en œuvre d'une politique visant à la mobilisation de tout le personnel pour améliorer la qualité des produits et des services, afin d'apporter une réponse ajustée et économique à des besoins exprimés ou implicites.
Descripteur	Mot ou groupe de mots choisis et retenus parmi un ensemble de termes équivalents, pour représenter une notion apparaissant dans un <i>document</i> ou dans une demande de <i>recherche documentaire</i> .
Diffusion sélective de l'information (DSI)	Service de fourniture régulière à un utilisateur, ou un groupe d'utilisateurs, des références des <i>documents</i> correspondants à leurs centres d'intérêt, sélectionnés sur la base de leur <i>profil documentaire</i> .
Document	Tout élément de connaissance ou source d'information, présentant une certaine unité quant à la forme matérielle, quel qu'en soit le support.
Document de référence	Premier outil de la <i>recherche documentaire</i> , il répète et organise des connaissances déjà disponibles: catalogues et bibliographies, encyclopédies et dictionnaires, répertoires et guides.
Document primaire	<i>Document</i> original élaboré par son auteur.
Document secondaire	<i>Document</i> faisant référence au <i>document primaire</i> : <i>catalogue</i> , bibliographie, revue de sommaires, etc.
Document tertiaire	<i>Document</i> établi à partir de <i>documents primaires</i> et/ou <i>secondaires</i> : synthèse, bilan, revue de questions, etc.
Equation de recherche	Ensemble structuré de <i>descripteurs</i> et d' <i>opérateurs</i> destiné à lancer une requête dans un système documentaire informatisé.
Fantôme	Repère qui remplace en rayon un ouvrage momentanément absent ou retiré de l'accès.
Fichier	En documentation: voir <i>catalogue</i> En informatique: ensemble structuré de données enregistrées.

Fonds documentaire	Ensemble des <i>documents</i> possédés par un centre d'information, quel qu'en soit le support.
Format Unimarc	Format d'échange international de données bibliographiques lisibles par ordinateur, entretenu par un comité de l'IFLA. Ce format est également un format de description bibliographique de tout type de <i>documents</i> .
Forum sur Internet	Messagerie collective ouverte sur <i>Internet</i> , qui permet à chacun de s'exprimer sur un thème précis. Peut être géré par un modérateur qui s'efforce de maintenir l'ordre et de surveiller le type de messages émis.
Fournisseur d'accès	Prestataire de service qui commercialise les accès à <i>Internet</i> .
FTP	Protocole de transmission des <i>fichiers</i> sur <i>Internet</i> .
Gestion électronique de documents (GED)	Désigne les systèmes informatiques assurant les fonctions de stockage-archivage et de consultation-diffusion de l'information documentaire numérisée.
HTML	Langage sur <i>Internet</i> pour décrire le contenu d'une page (mise en forme, images, tableaux, liens <i>hypertextes</i>).
HTTP	Protocole sur <i>Internet</i> permettant à l'utilisateur de récupérer une page sur un serveur.
Hypertext	<i>Document</i> textuel permettant, par opposition au livre qui se lit d'une manière linéaire, de multiples parcours de consultation, choisis par le lecteur lui-même, en utilisant des liens préétablis entre les <i>documents</i> , ce qui suppose une interactivité entre l'homme et la machine.
Index	Listes des termes significatifs retenus pour l' <i>indexation</i> . Ils servent également à la <i>recherche documentaire</i> .
Indexation	Opération de description d'un <i>document</i> en lui affectant un ou plusieurs <i>descripteurs</i> ayant ou non un lien hiérarchique entre eux.
Internet	Réseau planétaire créé pour la transmission de données et l'interconnexion d'ordinateurs et de réseaux locaux, en mode non connecté.

Interrogation en langage naturel	Ou langage libre : procédé de <i>recherche documentaire</i> qui utilise les termes du langage courant comme critères de recherche.
Intranet	Réseau sécurisé interne à un organisme, utilisant les différents protocoles de communication d' <i>Internet</i> .
Inventaire	Opération consistant à vérifier la présence et la place des <i>documents</i> dans les rayonnages, à constater les manquants, à surveiller l'état de conservation.
ISBD	Norme de description bibliographique internationale normalisée, établie par la Fédération Internationale des Associations de Bibliothécaires (IFLA).
ISBN	Numéro international normalisé des ouvrages qui identifie sur le plan international chaque titre ou chaque édition d'un titre d'un éditeur déterminé.
ISSN	Numéro international normalisé des publications en série qui en identifie sur le plan international chaque titre.
Langage documentaire	Langage conventionnel utilisé par un centre d'information pour décrire le contenu de ses <i>documents</i> en vue de leur rangement et de leur recherche sur demande.
Littérature grise	Information non commercialisée, à diffusion plus ou moins restreinte, à tirage souvent limité : documents de travail, rapports d'études ou de recherche, thèses, etc.
Liste de diffusion	protocole de gestion de la <i>messagerie électronique</i> sur <i>Internet</i> d'un groupe déterminé d'utilisateurs, qui permet à chacun d'adresser un message à l'ensemble de la liste en une seule opération.
Logiciel documentaire	Programme informatique permettant le traitement de l'information conçu spécifiquement pour les tâches documentaires. Il en existe deux grands types : Logiciel intégré : qui traite l'ensemble des applications documentaires et de gestion de bibliothèque, Logiciel dédié : conçu pour une application précise de la <i>chaîne documentaire</i> .
Magasinage	Rangement des livres qui ne sont pas en <i>libre accès</i> .

Marketing des services d'information	Ensemble des méthodes et procédés visant à déterminer les besoins et les attentes du public du centre d'information, et à adapter l'organisation pour satisfaire ces besoins d'une manière totale et efficace.
Messagerie électronique	Système d'acheminement de messages sur <i>Internet</i> permettant de recevoir et d'adresser des messages et des <i>fichiers</i> attachés, sur son ordinateur pourvu d'une boîte à lettres électronique dotée d'une <i>adresse E-Mail</i> (mèl).
Microformes	Support de stockage de l'information, par reproduction photographique avec un coefficient de réduction important d'un <i>document</i> . Existent principalement sous forme de microfiches (support discontinu) et de microfilms (support continu).
Modem	Dispositif permettant de relier l'ordinateur au réseau téléphonique et d'adapter le débit des signaux de l'ordinateur à la bande passante disponible sur le canal.
Mot clé	Mot exprimant une idée significative, contenu dans le <i>document</i> analysé.
Moteur de recherche	Logiciel disponible sur le <i>web</i> qui envoie des programmes collecteurs visiter les sites du réseau mondial, afin de rapatrier sur l'ordinateur de l'utilisateur les pages web qui répondent à sa requête.
Mots vides	Termes non pris en compte dans la réalisation des fichiers d' <i>index</i> : articles, prépositions, etc.
Multimédia	Système capable de gérer et de traiter simultanément des données informatiques, du son (voix, musique ou autres), et de l'image (graphique ou photographique, fixe ou animée).
Notice bibliographique	ou <i>référence bibliographique</i> : ensemble conventionnel de renseignements, issus de l'analyse du <i>document</i> , destinés à fournir une description unique et précise de ce <i>document</i> considéré comme support physique de l'information. La notice est le résultat du <i>catalogage</i> .

Nouvelles technologies de l'information (NTI)	Terme générique désignant un ensemble d'équipements, de procédés et de méthodes utilisées pour le traitement de l'information et de la communication.
OCR	Reconnaissance optique de caractère : procédé permettant de saisir automatiquement un texte imprimé à l'aide d'un équipement informatique (PC, scanner et logiciel OCR).
OPAC	Interface pour l'utilisateur grand public, de la consultation des catalogues informatisés du centre d'information.
Opérateurs booléens	ET, OU, SAUF : termes permettant de combiner entre eux des critères de recherche pour sélectionner les références que l'on cherche.
Plan de classement	Cartographie du rangement des <i>documents</i> dans un centre d'information.
Plan marketing	Planification établie par le responsable du centre d'information sur une période de 1 à 3 ans, résumant les principales orientations et fixant les stratégies pour atteindre les objectifs.
Prêt inter-bibliothèques	Système d'accords normalisés permettant aux bibliothèques participantes de pouvoir obtenir le prêt de <i>documents</i> qu'elles ne possèdent pas, de la part d'une bibliothèque partenaire.
Profil documentaire	<i>Equation de recherche</i> exprimant les informations qu'un usager, ou un groupe d'usager, désire recevoir régulièrement d'un <i>Service de diffusion sélective de l'information</i> .
Recherche documentaire	Méthode et procédés permettant de retrouver les <i>sources</i> et les <i>documents</i> répondant à une demande d'information exprimée par l'utilisateur.
Référence bibliographique	Voir <i>notice bibliographique</i> .
Résumé	Opération de description d'un <i>document</i> qui consiste à condenser son contenu dans une langue naturelle.

Sélection	Choix des <i>documents</i> que le centre d'information souhaite acquérir.
Serveur informatique	Dans une architecture <i>client-serveur</i> , ordinateur central sur lequel sont stationnées les principales données à consulter ainsi que les logiciels de traitement de l'information, servant à un ensemble d'utilisateurs (clients).
SGBDR	Système de gestion de bases de données relationnelles : logiciels permettant de traiter des ensembles de données structurées.
Signets	Adresses <i>URL</i> sélectionnées par un utilisateur en raison de l'intérêt qu'elles présentent pour lui.
Silence	Dans une <i>recherche documentaire</i> : ensemble des <i>documents</i> pertinents n'ayant pas été détectés.
Source d'information	Toute personne, institution, <i>document</i> permettant de fournir une réponse adaptée à un besoin d'information spécifique.
Stockage	Opération consistant à ranger les <i>documents</i> dans les meilleures conditions possibles de conservation et d'utilisation.
TCP/IP	Protocole sur <i>Internet</i> de transport de données fiable en mode connecté (TCP) et protocole d'acheminement des paquets en mode non connecté (IP).
Télématique	Ensemble des services, des techniques et des méthodes utilisant simultanément les télécommunications et l'informatique.
Thesaurus	<i>Langage documentaire</i> organisé de termes ayant entre eux des relations sémantiques et génériques, permettant aux indexeurs de transposer en un langage contrôlé le langage naturel.
Unité documentaire	Partie d'un <i>document</i> faisant l'objet d'un traitement spécifique en raison de son unité, soit physique (ex : chapitre d'ouvrage, communication de congrès), soit informative (sujet délimité).

URL	Mode d'adressage standard et universel de chaque page accessible sur <i>Internet</i> .
Utilisateurs ou usagers	Ensemble des publics réels, potentiels, ou cachés susceptibles de fréquenter et d'utiliser les services du centre d'information sportive.
Veille informative	Système, automatisé ou non, de surveillance systématique des <i>sources d'information</i> concernant un <i>profil</i> déterminé.
Web	La «toile» sur Internet: réseau de pages <i>hypertextes multimédias</i> permettant de naviguer (surfer) de pages en pages sur un <i>serveur</i> et entre serveurs.
Zone (de données)	Voir <i>champ</i> .

INFORMATIONS UTILES

L'Association Internationale pour l'Information Sportive

Une autorité en matière d'information et de documentation sportive

URL: <http://www.iasi.org>

L'IASI, fondée à Rome en septembre 1960, a pour objectifs la promotion et le développement, au plan international, de l'information et de la documentation dans le domaine du Sport et des Activités Physiques.

L'IASI est l'unique association internationale qui rassemble un large réseau de scientifiques, documentalistes et bibliothécaires, experts en information et responsables de centres nationaux spécialisés.

Les principales activités de l'IASI concernent

- la coordination et l'échange d'informations et d'expériences entre les centres adhérents: 176 membres en provenance de 70 pays, répartis en 6 zones géographiques: Afrique, Amérique du Nord, Amérique Latine, Asie, Europe, Océanie
- l'assistance et le conseil en ingénierie documentaire en direction des centres en voie de création et de développement
- la diffusion des résultats des travaux réalisés dans le cadre des ateliers spécialisés de l'Association
- le développement et la diffusion d'une banque de données mondiale sur le sport et les activités physiques: **SportIASI**
- la collaboration avec d'autres banques de données comme **Héraclès** en français et **Atlantes** en espagnol
- la diffusion d'un bulletin d'actualités régulier
- l'organisation d'un forum annuel d'experts et d'un congrès tous les quatre ans.

Pour plus d'informations vous pouvez contacter le secrétariat

IASI

c/o CLEARING HOUSE

Espace du 27 septembre, 4^e étage

Boulevard Léopold II, 44 - 1080 Bruxelles

BELGIQUE

Tel: 02 413 28 93 - Fax: 02 413 28 90

Albert REMANS - Secrétaire Général-Trésorier

mèl: albert.remans@cfwb.be

Vous pouvez également vous adresser aux membres du Comité Directeur

qui représentent l'Association dans chaque zone géographique

Présidente de l'IASI

Mme Nerida CLARKE

Directeur des Services d'Information

Australian Sports Commission

PO Box 176 Belconnen ACT 2616

AUSTRALIE

tel: 61 2 62 14 12 04 / fax: 61 2 62 14 16 81

mèl: nerida.clarke@ausport.gov.au

URL: <http://www.ausport.gov.au/nsic>

Vice Président de l'IASI pour l'Afrique

En attente de renouvellement

Vice Présidente de l'IASI pour l'Amérique Latine

Mme Esperanza BOBES RUIZ

Centre d'Information du Sport INDER

Via Blanca y Boyeros

Ciudad Deportiva

La Havane - CUBA

tel: 537 40 34 14 / fax: 537 33 53 10

mel: bobes@inder.get.cma.net

Vice Présidente de l'IASI pour l'Amérique du Nord

Mme Gretchen GHENT
University of Calgary Library, MLT 116F
2500 University Dr. NW
Calgary, AB Canada T2N 1N4
tel: 1 403 220 60 97 / fax: 1 403 282 68 37
mèl: gghent@ucalgary.ca
URL: <http://www.sportquest.com/naslin>

Vice Président de l'IASI pour l'Asie

M ZHAO YAPING
China Sports Information Institute CSII
11, Tiyuguan road
Beijing CHINE
tel: 86 1 701 22 33 / fax: 86 1 701 20 28
mèl: csiixy@public.bta.net.cn

Vice Président de l'IASI pour l'Europe

M. Alain PONCET
Service d'Information et de Documentation
INSEP
11, avenue du Tremblay
75 012 Paris France
tel: 33 1 41 74 41 19 / fax: 33 1 48 08 19 60
mèl: alain.poncet@wanadoo.fr
URL: <http://www.insep.jeunesse-sports.fr/documentation>

Vice Présidente de l'IASI pour l'Océanie

Mme Jill HAYNES
Manager National Sport Information Centre
PO Box 176 Belconnen ACT 2616
AUSTRALIE
tel: 61 2 62 14 16 79 / fax: 61 2 62 14 16 81
mèl: jhaynes@ausport.gov.au
URL: <http://www.ausport.gov.au/nsic>

Principales Librairies: accès aux ouvrages de Sport

Advanced Book Exchange (USA):
<http://www.abebooks.com>

Amazon (USA): <http://www.amazon.com>

Barnes and Noble (USA):
<http://www.barnesandnoble.com>

Bibliofind, Great Barrington (USA):
<http://www.bibliofind.com>

Diaz de Santos (ESP):
librerias@diazdesantos.es

FNAC (F): <http://www.fnac.fr>

Le Furet du Nord (F):
<http://www.furetdunord.fr>

Powell's Books (USA):
<http://www.powells.com>

Sportspages (UK):
<http://www.sportspages.co.uk>

Vidéos, abonnements aux périodiques et CD-ROM

Baker and Taylor (USA):
<http://www.baker-taylor.com>

Blackwell's North America (USA):
<http://www.blackwell.com>

Czwalina(D): Feldhausfhh@aol.com

Dawson (UK): <http://www.dawson.co.uk>

EBSCO (F): <http://www.ebsco.com>

James Bennett (AUS):
<http://www.bennett.com.au>

Ovid (USA): <http://www.ovid.com>

Schmidt Periodicals (USA):
<http://www.backsets.com>

SilverPlatter (USA):
<http://www.silverplatter.com>

Swets and Zeitlinger (NL):
<http://www.swets.nl>

Ulrich's International Periodicals Directory
(USA): <http://www.bowker.com>

Fournisseurs de documents primaires

Biblioteca de l'Esport (ESP):
<http://cultura.gencat.es/esport>

INSEP - SID (F): <http://www.insep.jeunesse-sports.fr/documentation>

National Sport Information Centre (AUS):
<http://www.ausport.gov.au/nsic>

SPORTEExpress - SIRC (CAN):
<http://www.sirc.ca/docdel.html>

Institut Andalou du Sport - IAD (ESP):
<http://www.uida.es>

Catalogues bibliographiques et bases de données

ATLANTES (ESP): <http://www.sportcom.org>
ou bien sur le CD ROM SPORTDiscus diffusé
par Ovid et SilverPlatter (voir plus haut)

HERACLES (F):
<http://www.sportdoc.unicaen.fr/heracles>
ou bien sur le CD ROM SPORTDiscus diffusé
par Ovid et SilverPlatter(voir plus haut)

OCLC (USA): <http://www.oclc.org>

SPORT IASI: ou bien sur le CD ROM SPORT-Discus diffusé par Ovid et SilverPlatter (voir plus haut)

SPOLIT(D): sur le CD ROM diffusé par Czwalina (voir plus haut)

Editeurs

Amphora (F): <http://www.ed-amphora.fr>

Chiron (F): casteillaedition@compuserve.com

Editorial Paidotribo (ESP):
paidotribo@paidotribo.com

Gymnos (ESP): editorial@gymnos.com

Human Kinetics (USA):
<http://www.humankinetics.com>

Inde (ESP): editorial@inde.com

Oxford University Press (USA):
<http://www.oup-usa.org>

Revue EPS (F): <http://www.revue-eps.com>

Stadion Publishing Company (USA):
<http://www.stadion.com>

Verlag Karl Hofmann (D):
<http://www.hofmann-verlag.de>

Vigot/Maloine (F): <http://www.vigot.com>



BIBLIOGRAPHIE

- [01] Aguadero, F. *Comunicacion Social Integrada*. (La communication sociale intégrée). Conseil Supérieur de la Communication et des Relations Publiques d'Espagne, Barcelone, 1993
- [02] Amat, N. *Documentacion científica y nuevas tecnologias de la informacion*. (Documentation scientifique et nouvelles technologies de l'information). 3e éd., Madrid: Piramide, 1989
- [03] Association des bibliothécaires français. *Cataloguer: mode d'emploi: initiation aux techniques de catalogage*. (Les livrets pédagogiques de l'ABF), Paris: ABF, 1997
- [04] Association Internationale pour l'Information Sportive. *Propositions de révision et d'extension de la classification décimale universelle*. In International Bulletin of Sports Information, vol 7, n° 4, pp.4-24, 1986
- [05] Bernays, E.L. *Los últimos años: radiografía de las Relaciones Públicas*. (Les dernières années: radiographie des Relations Publiques). Barcelone: Promociones y Publicaciones Universitarias, 1990
- [06] Bryson, J. *Técnicas de gestion para bibliotecas y centros de informacion*. (Techniques de gestion pour les bibliothèques et les centres d'information). Salamanque: Fondation German Sanchez Ruiperez, 1992
- [07] Cazabon, M.R. *UNIMARC, manuel de catalogage*. Paris: Editions du Cercle de la librairie, 1993
- [08] Chaumier, J. *Les techniques documentaires*. Paris: PUF, 1974
- [09] Chen, Ching-Chih. *Zero based budgeting in library management*. (Budget: base Zéro en gestion de bibliothèque). Phoenix, AZ: Oryx Press, 1980
- [10] Clayton, P. *The role of users in planning*. (Le rôle des usagers dans la programmation). Australian Academic and Research Libraries, juin 1988, n° 19, (2), pp 99 - 108
- [11] Codina, L. *Sistemas d'informacio documental: conceptio, analisis i disseny de sistemes de gestio documental amb microordinadors*. (Les systèmes d'information documentaire: conception, analyse et schéma des systèmes de gestion documentaire sur micro-ordinateurs). Barcelone: Portic, 1993
- [12] Cornella, A. *Los recursos de informacion*. (Les ressources d'information). Madrid: Mc Graw-Hill, 1994
- [13] Cornella, A. *Marketing relacional via web, web publicidad y lexigrafia. El impacto de la informacion on line en las organizaciones*. (Le marketing relationnel via le web, web publicitaire et lexigraphique. L'impact de l'information en ligne sur les organisations). *EXTRA !NET*, no 177, (iwetel@sarenet.es), 1996
- [14] Darder, J. *El disseny arquitectonic de serveis d'informacio*. (Le schéma architectural des services d'information). ITEM, 1992, n°10, pp 3 - 19
- [15] Forget, J. *Le centre de documentation: installation, traitement des documents et de l'information bibliographique*. Vol. 2, Paris: Agence de coopération culturelle et technique, 1992

- [16] Galvin, C.K., Keiser, B.E. *A market-driven approach for the library/information centre*. (Une approche marketing pour les bibliothèques et les centres d'information). Bulletin de la FID, enero, vol 44, 1994, no 1: The Hague,
- [17] Gascuel, J. *Un espace pour le livre*. Editions du Cercle de la Librairie: Paris, 1993
- [18] Goodstein, L.D. et al. *Appleid strategic planning: a new model for organisational growth and vitality*. (La planification stratégique appliquée: un nouveau modèle pour la croissance et la vitalité) In Goodstein, L. (Ed) *The 1985 Annual: developing human resources*. San Diego, CA: University Associates, 1985: pp. 272 - 290
- [19] Guinchat, C., Menou, M. *Introduction générale aux sciences et techniques de l'information et de la documentation*. Paris: UNESCO, 1990
- [20] Guinchat, C. et coll. *Guide pratique des techniques documentaires; tome 1: traitement et gestion des documents, tome 2: traitement de l'information*. Paris: EDICEF, 1989
- [21] Linares, J., Ortiz-chaparro, F. *Autopistas inteligentes*. (autoroutes intelligentes). Madrid: Fundesco, 1995
- [22] Penna, C.V. *The planning of library and documentation services*. (La conception des bibliothèques et des services d'information). 2e éd, NY: UNESCO, 1970
- [23] Peon Perez, J. L. *Principios para la organización y gestión de bibliotecas y centros de documentación*. (Principes d'organisation et de gestion des bibliothèques et des centres de documentation). Madrid: ANABAD, 1994
- [24] Pinto Molina, M. *Analisis documental: fundamentos y procedimientos*. (L'analyse documentaire: théorie et pratique). 2e éd, Madrid: EUEDEMA, 1993
- [25] *Prototipo de bibliotecas publicas*. (Prototype de bibliothèque publique). Madrid: Ministère de la Culture, 1995
- [26] Ramos, L.F. *Direccion, administracion y marketing de empresas e instituciones documentales*. (Direction, administration et marketing des entreprises et institutions documentaires). Madrid: Sintesis, 1995 (Biblioteconomia y Documentacion, 9)
- [27] Riggs, D. *Strategic planning for library managers*. (Stratégie de planification pour les manageurs de bibliothèques). Phoenix, AZ: Oryx Press, 1984
- [28] Shoebridge, M. *Information sources on sport and leisure*. (Les sources d'information en sport et en loisirs). London: Bowker Saur, 1992
- [29] Sutter, E. *Le marketing des services d'information*. Paris: ESF, 1994
- [30] Viana, S. *Relaciones Publicas para el Deporte*. (Les relations publiques pour le sport). Master Unisport en direction et gestion du sport, Malaga: IAD, 1995
- [31] Villafaña, J. *Imagen positiva*. (Image positive). Madrid: Piramide, 1993