

# **Le *statut quo* n'est pas une option!**

**RICHARD DUMONT**

Direction des Bibliothèques, Université de Montréal, Canada

[richard.dumont@umontreal.ca](mailto:richard.dumont@umontreal.ca)

## **Résumé**

Depuis la dernière décennie, les bibliothécaires sont extrêmement choyés! Jamais n'a-t-on profité d'un accès aussi démocratique à l'information; jamais l'information n'a-t-elle autant été au coeur des préoccupations de la société. À l'heure où la technologie ouvre des avenues inédites auxquelles la nouvelle génération d'étudiants est très sensible, cette conjoncture stimule l'intérêt des organisations envers les bibliothèques. Cet état de fait ouvre donc la porte à la possibilité de réinventer nos services et nos bibliothèques afin de les rendre encore plus utiles à la communauté universitaire. Plusieurs bibliothèques profitent d'ailleurs largement de cette occasion, qui arrive bien à propos.

L'objet de cette présentation est de faire connaître quelques innovations récentes mises en place par des bibliothèques universitaires. Elles ont été regroupées selon quatre volets : l'espace physique, l'environnement virtuel, l'offre de service et les moyens de communication. Ce survol permettra de dégager les grandes tendances, puis de caractériser le changement de paradigme dans lequel nous nous inscrivons.

## **Abstract**

In the past decade, librarians have been very fortunate indeed! Never before has access to information been quite so democratic; never before has information played such a crucial role in our society. At a time when technology is offering new possibilities that will greatly benefit the new generation of students, organizations are showing renewed interest in libraries. This reality is therefore opening the door to the possibility of reinventing our services and libraries in order to make them even more useful to the university community. Many libraries are, in fact, taking full advantage of this very timely opportunity.

The purpose of this presentation is to shed light on some recent innovations introduced by university libraries. They have been organized under four categories—physical space, the virtual environment, providing service and communication methods. This overview will reveal major trends and illustrate the paradigm shift in which we find ourselves.

Depuis quelques années, les universités investissent massivement dans leurs bibliothèques. Cette prodigalité n'est pas le fruit du hasard. Une étude récente<sup>1</sup> réalisée auprès de 16 153 étudiants de 46 universités américaines et canadiennes démontre que ce renouvellement leur profite directement. On y apprend en effet que les bibliothèques figurent au deuxième rang des équipements collectifs considérés comme extrêmement ou très importants par les étudiants au moment de choisir leur université (figure 1). Mais ce n'est pas tout. En plus de constituer une vitrine importante pour ces établissements d'enseignement, les bibliothèques influent sur la rétention des étudiants, car elle constitue une variable majeure de leur taux de satisfaction envers l'institution (figure 2).

Figure 2. Extremely or Very Important Facilities in the Selection Decision Process (%)

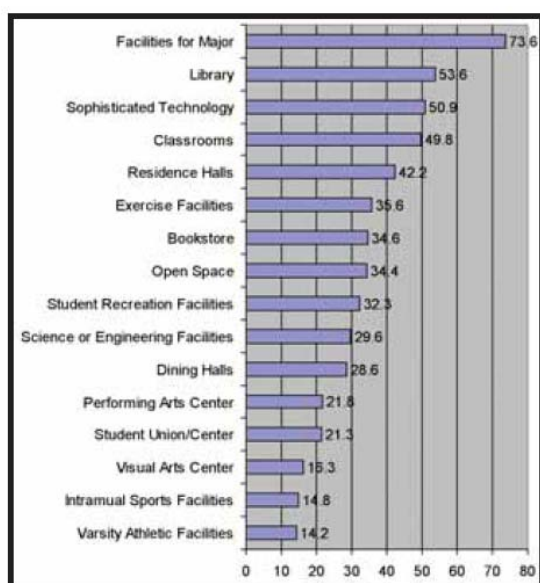


Figure 1

Figure 7. Facilities Importance versus Satisfaction

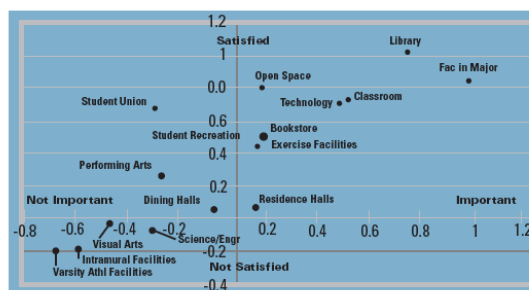


Figure 2

Étant donné l'importance des efforts déployés – et de leur coût –, il est essentiel de s'assurer qu'ils porteront fruit. Comment? Nous devons d'abord prendre en considération les deux grands moteurs qui alimentent l'innovation dans les bibliothèques. C'est pourquoi nous nous pencherons d'abord sur les éléments qui caractérisent la génération Y – la clientèle que l'on cible –, puis sur les nouvelles technologies de l'information et de la communication, qui meublent en grande partie l'environnement dans lequel elle évolue. Il importe aussi de bien orienter nos actions. Le rôle des bibliothèques a considérablement évolué dans les dernières années, et les services offerts doivent s'y adapter, entre autres par l'amélioration de l'espace physique, de l'environnement virtuel, de l'offre de service et des moyens de communication.

Pour dégager les grandes tendances des actions entreprises en ce sens, nous ferons un survol de quelques innovations récemment mises en place par des bibliothèques universitaires nordaméricaines.

Nous concluons par une caractérisation du changement de paradigme qui a présentement cours dans les bibliothèques.

### La génération Y et les nouvelles technologies de l'information et de la communication<sup>1</sup>

Nos campus accueillent vraiment une toute nouvelle génération d'étudiants. Un humoriste pourrait dire que certains d'entre eux tiennent plus d'une représentation virtuelle créée par un internaute que de l'image classique de jeunes sérieux et rangés qui ont fréquenté les bibliothèques durant des décennies. Si cette comparaison fait sourire, il n'en demeure pas moins qu'elle illustre parfaitement l'ampleur du fossé intergénérationnel.

La génération Y, aussi appelée la génération Millénium, est composée de personnes nées entre 1982 et 1991. Une étude<sup>2</sup> réalisée en 2008 auprès de 27 317 étudiants provenant de 98 collèges et universités des États-Unis permet de dégager des traits caractéristiques de cette génération. Voyons-en quelques-uns.

Les membres de la génération Y sont **branchés**

<sup>1</sup> Cain, D et Reynolds, G. L. (2006). The Impact of Facilities on Recruitment and Retention of Students, *Facilities, Manager Magazine*, 22(2), 54-60. Tiré de : [http://www.appa.org/files/FMArticles/fm030406\\_f7\\_impact.pdf](http://www.appa.org/files/FMArticles/fm030406_f7_impact.pdf).

- 99 % sont propriétaires d'un ordinateur et un tiers sont même propriétaires d'un ordinateur de table et d'un ordinateur portable! De plus, 69 % de ces appareils ont moins de deux ans;
- Ils passent en moyenne 20 heures par semaine en ligne, que ce soit pour le travail, les études ou les loisirs, les extrêmes étant les étudiants en génie avec 25 heures et les étudiants en éducation avec 18 heures.

#### Ils sont **mobiles**

- 82 % sont propriétaires d'un ordinateur portable;
- 66 % sont propriétaires d'un téléphone cellulaire intelligent (c.-à-d. avec capacité Internet).

#### Ils sont **sociaux**

- 85 % utilisent des sites sociaux tel Facebook, en moyenne tous les jours;
- 84 % utilisent la messagerie texte. Les plus jeunes l'utilisent davantage : 95 % chez les 18-19 ans;
- La notion d'amis est différente : 28 % déclarent avoir plus de 300 amis.

#### Ce sont des **producteurs d'information**

- 47 % contribuent à des sites de photos ou de vidéos (Flickr, YouTube) tous les mois;
- 38 % contribuent à des wikis tous les mois;
- 34 % contribuent à des blogues tous les mois;
- 33 % font de la création vidéo ou audio une fois par session;
- 74 % utilisent des logiciels graphiques (Photoshop, Flash, etc.).

#### Ils se disent **futés**

- 80 % se considèrent très habiles, voire experts, quant à leur habilité à utiliser efficacement Internet pour trouver de l'information;
- La moitié se considèrent très habiles, voire experts, lorsque vient le temps d'évaluer la fiabilité et la crédibilité des sources d'information sur le Web;
- La moitié se considèrent aussi très habiles, voire experts, dans leur compréhension des enjeux éthiques et légaux entourant l'accès et l'utilisation de l'information numérique.

Enfin, ils ont tendance à faire **plusieurs choses en même temps**. Ce sont aussi des personnes qui **aiment expérimenter**, donc qui apprennent en agissant. Certains observateurs y voient un effet des nombreuses heures passées devant des jeux vidéo où ils doivent souvent découvrir par eux-mêmes la tâche à accomplir.

Autre facteur favorisant l'innovation dans les bibliothèques, les technologies de l'information et de la communication (TIC) ne cessent de se développer et occupent une place de choix dans l'environnement de la génération Y. Lorsqu'elles ont commencé à s'implanter, nombreux étaient ceux qui croyaient que les TIC allaient carrément remplacer les interactions entre personnes.

D'après eux, il serait dorénavant inutile de se déplacer puisque les technologies allaient enfin nous permettre d'être en contact avec tous, et en tout temps. Il faudrait alors choisir : avoir des interactions entre humains ou n'avoir à faire qu'à des machines. Bref, ce serait un peu comme choisir entre le beurre ou la margarine.<sup>2</sup>

Nous avons découvert depuis que l'image du sel et du poivre est plus réaliste. De fait, les TIC s'ajoutent à l'éventail des possibilités de communication avec autrui. Loin de se substituer aux rencontres entre personnes, elles viennent les compléter. Les étudiants interrogés dans le cadre de l'étude ECAR valorisent d'ailleurs les interactions face à face avec leurs professeurs, et 60 % avouent préférer une utilisation modérée des technologies de l'information dans leurs cours. Quand on sait que même Google – entreprise hautement technologique s'il en est une – a ressenti le besoin de regrouper ses employés dans un même lieu plutôt que de faire reposer les relations interpersonnelles sur la technologie, on ne se surprend pas de tels résultats.

Voilà donc le contexte dans lequel nous nous trouvons de nos jours. Comment les bibliothèques peuvent-elles s'y adapter? Comment doivent-elles orienter leurs actions pour s'assurer que leurs

<sup>2</sup> Salaway G. Caruso, J.B. et Nelson, M.R. (2008). *The ECAR Study of Undergraduate Students and Information Technology, 2008*; ECAR Research Study 8, 2008, 122 p. Tiré de : <http://net.educause.edu/ir/library/pdf/ERS0808/RS/ERS0808w.pdf>.

efforts serviront les buts visés? Nous avons ciblé des exemples d'innovations souhaitables, que nous avons regroupées dans quatre volets : l'espace physique, l'environnement virtuel, l'offre de service et les moyens de communication. Pour chacun des volets, nous avons aussi dégagé les grandes tendances déjà observées dans plusieurs institutions.

### L'espace physique

Fini le temps où les bibliothèques n'étaient qu'un espace clos et austère qu'il fallait visiter en silence et sur la pointe des pieds! Aujourd'hui, la recherche d'inspiration – et d'information! – se fait dans des lieux éclairés, aérés et invitants, qui laissent de la place au travail en équipe.

Les universités rivalisent d'imagination pour offrir à leur clientèle un environnement de travail

agréable. Mais toutes s'accordent sur un point : il est essentiel de mettre à la disposition des étudiants des espaces de qualité où ils peuvent se retrouver pour un travail collaboratif. Ces espaces sont vastes et dotés d'un mobilier confortable. La surface de travail permet d'y déposer documents et ordinateurs, que l'on peut d'ailleurs brancher où que l'on soit. De grands écrans de visualisation installés au mur facilitent les interactions. Les images qui suivent, provenant du carrefour de Penn Libraries, en sont un bel exemple (figures 3 et 4).



Figure 3

Weigle Information Commons, Penn Libraries, <http://wic.library.upenn.edu/photos/>



Figure 4

Plusieurs aspects peuvent agrémenter cet environnement. Par exemple, à l'University of Wisconsin-Madison, on en a aussi fait un lieu d'éveil à la culture – avec un mur d'exposition.

D'autres, comme l'University of Virginia, mettent plutôt l'accent sur l'éveil vers l'extérieur, avec quatre écrans de télévision qui diffusent les actualités, de même que la programmation culturelle et sportive de pays étrangers.

Le travail individuel n'est pas en reste. À l'Emory University, on a adopté un concept constitué d'une surface de travail qui s'ajuste en hauteur permettant diverses postures de travail. Elle est couplée à un tableau blanc pour faciliter la collaboration, à de l'éclairage individuel, à un écran mobile pour moduler l'intimité du lieu (figure 5). C'est un concept qu'il pourrait être avantageux de transposer dans une bibliothèque.



Figure 5

Emory University

[http://ucibraries.colorado.edu/learningcommons/images/Learning%20Commons\\_2.pdf](http://ucibraries.colorado.edu/learningcommons/images/Learning%20Commons_2.pdf)

Les universités tentent aussi de répondre aux besoins de cette génération d'étudiants producteurs d'information. Elles donnent accès à des équipements spécialisés pour la production multimédia. Les

étudiants ont ainsi à leur disposition les outils et équipements requis pour produire une vidéo, une session d'affichage, un site Web, une présentation Powerpoint, etc. Par exemple, il peut s'agir de numériseurs couleur, d'imprimantes couleur de grand format, de stations de conversion multimédia, de logiciels graphiques professionnels, de caméras, etc.

À l'University of Delaware Memorial Library, des professionnels offrent un service de soutien et d'assistance en cas de besoin. Même si cette mise à disposition d'équipements résulte généralement d'un partenariat avec d'autres unités de l'université, les locaux sont souvent situés dans la bibliothèque pour que les étudiants puissent trouver dans un seul endroit l'ensemble des services liés au multimédia.

L'étude ECAR montre que 74 % des étudiants utilisent des logiciels de présentation (Powerpoint) sur une base mensuelle. Certaines bibliothèques, comme celle de GeorgiaTech, aménagent des studios à pour permettre aux étudiants de se pratiquer en vue de leur présentation. Non seulement y ont-ils accès à de l'équipement de projection, mais en plus, ils peuvent enregistrer leur performance sur vidéocassette. Ce faisant, ils sont plus à même d'en déceler les faiblesses et d'y apporter des correctifs.

Comme nous l'avons mentionné au début de cet article, les universités font preuve de beaucoup d'imagination pour s'attirer une clientèle nombreuse. Certaines innovations touchent un point bien précis. Ainsi, des universités ont choisi d'installer des cabines insonorisées dans leur bibliothèque pour permettre aux usagers d'utiliser leur cellulaire sans nuire aux autres.

C'est le cas à la WEB Du Bois Library de l'University of Massachusetts et à l'University of Western Australia. Mais sans nécessairement aller à ce point dans le détail, nombre de bibliothèques investissent de multiples efforts pour que le passage des usagers y soit des plus agréables. La H.G. Thode Library of Science & Engineering de la McMaster University est un exemple qui illustre admirablement les dernières tendances en matière d'aménagement de bibliothèques (figures 6, 7 et 8).



Figure 6  
Figure 7  
H.G. Thode Library of Science & Engineering  
<http://thodereno.blog.lib.mcmaster.ca/photos/>



Figure 8

Partout, les étudiants nous prient d'en finir avec l'austérité et les meubles dont l'ergonomie laisse à désirer. Ils veulent des atmosphères agréables, variées, et du mobilier confortable. Ils souhaitent avoir plus d'espaces de travail individuels et davantage de flexibilité pour accommoder leur style collaboratif et interactif. Bref, ils veulent être bien!

Pour arriver à satisfaire ces besoins, les universités ont tendance à consolider leur réseau de bibliothèques. Elles évoluent d'un modèle de proximité, où les collections étaient situées près des utilisateurs potentiels, à un modèle par pôles géographiques. Ce faisant, elles exploitent davantage les synergies possibles avec les autres unités du campus.

### L'environnement virtuel

Les membres de la génération Y sont friands de technologies. Ce sont des expérimentateurs qui aiment procéder par essais et erreurs. Google s'inscrit tout à fait dans cette approche puisqu'il permet à l'utilisateur de raffiner sa recherche à mesure qu'il obtient des résultats. À l'inverse, les catalogues de bibliothèques traditionnels exigent de lui qu'il coordonne sa recherche – donc, qu'il en précise tous les critères – avant de la lancer.

Dites-vous bien qu'il n'y a que les bibliothécaires qui aiment chercher; le reste des gens aiment trouver!

C'est ce qui explique que l'on a beaucoup insisté sur la mise à niveau des interfaces des catalogues ces dernières années. Les nouvelles interfaces trient les résultats selon leur pertinence et permettent de raffiner la recherche à l'aide de diverses facettes tels la cote, les sujets, le format, etc. Cette approche se répand dans la majorité des bibliothèques universitaires, qui y intègrent aussi un degré plus ou moins élevé d'éléments visuels.

Mentionnons, à ce sujet, que certains groupes développent des systèmes qui accordent une place de choix à l'aspect graphique dans la présentation des résultats d'une recherche.

Prenons par exemple l'interface développée par la société Tianamo, où l'importance de la cooccurrence des termes est représentée graphiquement par des pics (figure 9).

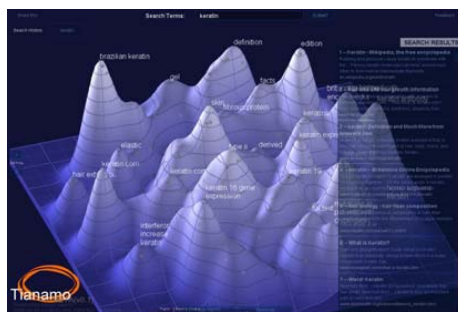


Figure 9

<http://www.tianamo.com/>

Les sites Web des bibliothèques méritent aussi qu'on s'y attarde. Si nous pouvons être heureux de constater que 93,4 % des étudiants utilisent chaque semaine le site Web de leur bibliothèque, nous ne pouvons toutefois pas en conclure que ces derniers sont parfaits!

Pourtant, les études montrent clairement que 80 % des étudiants préfèrent apprendre en faisant des recherches sur Internet. Pourquoi, alors, ne pas s'assurer de la convivialité de nos sites Web? Pourquoi ne pas les rendre attrayants? À l'heure actuelle – et même si l'on sait que la très grande majorité de nos utilisateurs consultent nos sites Web pour effectuer une recherche d'information –, il est assez curieux de constater que la boîte de recherche est encore trop souvent difficile à trouver, car elle est noyée dans une mer d'information. On est bien loin de la simplicité de Google, par exemple.

Les bibliothèques de l'University of Alabama ont étudié un prototype (figure 10) qui met réellement l'accent sur la recherche dans un environnement on ne peut plus épuré. Contrairement à Google, leur interface offre, d'une part, la possibilité de limiter la recherche à certains champs et, d'autre part, un accès différencié selon divers types de documents.

L'utilisateur profite ainsi d'un portail intégré des ressources à sa disposition facile à comprendre.



Figure 10

<http://www.lib.ua.edu/search/>

Ce qui est vrai dans l'environnement physique l'est également dans l'environnement virtuel.

Ainsi, au lieu d'attendre passivement que les usagers se rendent sur nos environnements, nous pouvons être proactifs et leur faciliter l'accès à nos ressources à partir de leurs propres environnements et de leurs propres outils.

La plate-forme de cours attire 82 % des étudiants. C'est donc un des premiers endroits à cibler. Les bibliothèques de la North Carolina State University nous donnent un superbe exemple d'intégration de la bibliothèque à l'intérieur d'une plate-forme de cours (figure 11). D'une page de cours, l'étudiant peut accéder directement à la réserve électronique, à la métarecherche et au catalogue de la bibliothèque. De plus, on lui présente une sélection de banques de données et quelques recommandations en relation avec le cours. Il peut connaître l'identité de son bibliothécaire de référence et correspondre avec lui par messagerie instantanée. Quelques annonces complètent le tout.

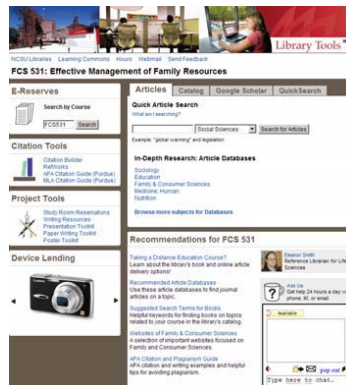


Figure 11

<http://www.lib.ncsu.edu/course/fcs/531/>

Certaines bibliothèques investissent carrément le navigateur de l'utilisateur en offrant des barres d'outils spécialisées. Ces barres, que l'utilisateur peut installer à sa guise, offrent un accès direct aux principales ressources et aux services les plus populaires de la bibliothèque. Mais notre offensive ne doit pas se limiter qu'au seul ordinateur. Elle doit en effet viser d'autres outils technologiques utilisés par les usagers. Par exemple, les étudiants de l'University of Alberta peuvent télécharger des guides bibliographiques, des livres électroniques, des manuels de vulgarisation, etc., sur leur assistant numérique personnel. En ce qui concerne ceux de la North Carolina State University, ils peuvent profiter d'une interface de catalogue conçue pour les téléphones cellulaires. Le bureau de référence des bibliothèques de Santa Clara University est même accessible dans le monde virtuel Second Life. Quand on sait que, selon l'enquête ECAR, 9 % des étudiants fréquentent ces mondes virtuels une fois par trimestre, cela peut représenter une avenue intéressante.

Les sites sociaux comme Facebook constituent aussi une cible de prédilection pour les bibliothèques. L'utilisation de ces sites est en progression constante. Selon ECAR, elle est passée de 75 % à 89 % en deux ans. Cinquante-six pour cent des étudiants s'y retrouvent entre 0 et 5 heures par semaine, principalement (97 %) dans le but de demeurer en contact avec leurs connaissances. Mais la moitié d'entre eux utilisent aussi ces sites dans le cadre scolaire, surtout pour échanger avec leurs camarades de classes. Il s'agit donc d'un moyen efficace pour les bibliothèques d'être présentes auprès des étudiants. Certaines, comme celles de l'University of Michigan, offrent des boîtes de recherche vers leur catalogue, que les étudiants – pour plus de commodité – peuvent intégrer à leur profil. Celles de l'University of Alberta, elles, s'immiscent carrément dans des groupes d'étudiants créés pour certains cours en particulier.

Les bibliothécaires sont alors à même de connaître les préoccupations des étudiants et de leur prodiguer quelques suggestions au passage. Toutes ces interventions font que, à tout le moins, les bibliothèques sont plus visibles; elles augmentent donc leurs chances d'être mises à profit.

Pour conclure, disons que les tendances en ce qui a trait à l'environnement virtuel des bibliothèques se résument comme suit. D'abord, elles tentent d'être là où les usagers se trouvent et sur les outils qu'ils emploient. C'est une approche que l'on pourrait qualifier de « tentaculaire ». En outre, elles recherchent de plus en plus la simplicité et la convivialité. Il s'agit là d'un enjeu majeur parce que la qualité de l'intrant influe sur la qualité de l'extrant.

Autrement dit, la qualité du travail d'un étudiant ou d'un chercheur sera fonction, en partie, de la qualité de ses sources d'information. Or, la situation se présente ainsi : les bibliothèques offrent des sources d'information de qualité accessibles au moyen d'un système complexe, alors que Google offre de tout dans un environnement convivial. Que font les usagers? Ils choisissent Google sans réaliser véritablement les conséquences de leur choix.

### L'offre de service

Comme le reste, l'offre de service s'élargit, se décloisonne, s'éclate... On observe d'abord un allongement des heures d'ouverture des bibliothèques. Durant la période des examens de fin de sessions, certaines vont même jusqu'à offrir un service en tout temps.

Même phénomène d'élargissement des horizons en ce qui concerne les activités de perfectionnement offertes par les bibliothèques. Leur liste s'allonge, et elles abordent tous les aspects relatifs à l'information. L'University of Minnesota, par exemple, en propose un nombre impressionnant, dont certaines sont frappantes : concevoir une session d'affichage, les outils de travail collaboratif disponibles sur le Web, comment être publié, avoir de l'impact à l'aide de Wikipedia, Google pour les chercheurs, etc.

L'offre de service s'étend également en termes de clientèles. Entre autres, on vise maintenant les diplômés. Par exemple, l'Université McGill leur offre un bouquet de ressources électroniques. C'est une belle façon de maintenir leur sentiment d'appartenance envers l'Université et, qui sait, de les mettre dans de bonnes dispositions pour une prochaine sollicitation en vue d'obtenir un don!

Mais encore là, on veut par-dessus tout maintenir le lien avec les usagers. De plus en plus, certaines bibliothèques intègrent les nouveaux moyens de communication à leur arsenal. La bibliothèque des sciences de Yale, par exemple, offre la possibilité de joindre ses bibliothécaires par messagerie texte. Ce moyen s'ajoute au téléphone, au courriel, à la messagerie instantanée et, bien sûr, aux rencontres en personne. D'autres bibliothèques envoient des membres de leur personnel à la rencontre des usagers et ce, directement sur leur territoire. Ces séances peuvent être ciblées – un bibliothécaire spécialiste d'un domaine se rend au département qui dispense la formation –, ou revêtir un caractère aléatoire – des bibliothécaires munis d'ordinateurs portables se promènent sur le campus pour assister les usagers dans leurs recherches d'information ou pour répondre à leurs questions concernant les services offerts par la bibliothèque.

Ce mouvement vers les utilisateurs s'étend, dans plusieurs universités, jusqu'à la livraison de documents. La figure 12 présente trois exemples de bibliothèques où il est possible d'obtenir la livraison d'un document directement à son bureau en remplissant simplement un formulaire en ligne. N'est-ce pas une meilleure utilisation du temps de chacun?

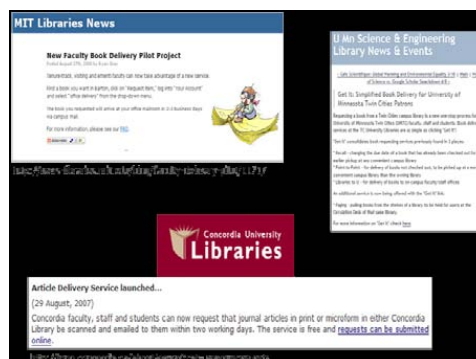


Figure 12



Ce type de service peut comporter différentes variables. Certaines bibliothèques, dont celles du MIT, offrent la numérisation puis l'expédition par courriel des articles provenant de leur entrepôt externe. D'autres, dont celle de l'University of Virginia, regroupent, à l'intention des étudiants et des professeurs en sciences humaines et sociales, un ensemble d'outils et de services d'aide reliés à l'édition électronique et à la numérisation. Les professeurs peuvent aussi obtenir la numérisation de diapositives, de cartes, de manuscrits et de livres (libres de droits), à condition, bien sûr, que ce soit pour des besoins liés à leur enseignement.

Il est vraiment difficile de savoir jusqu'où iront les bibliothèques dans l'exploration et l'exploitation de nouveaux créneaux. Par exemple, la bibliothèque de l'University of Michigan possède un parc de 20 systèmes de jeux vidéo accompagnés d'une collection de 400 jeux.

Mais ce n'est pas tout. Elle propose aussi l'impression de livres sur demande grâce à Espresso, un appareil qui peut imprimer et relier un document... le temps de siroter un espresso, justement! (figure 13)



Figure 13

[http://www.lib.umich.edu/news/stories/espresso\\_book\\_machine\\_415.html](http://www.lib.umich.edu/news/stories/espresso_book_machine_415.html)

Ce rapide tour permet de dégager rapidement les deux tendances adoptées par les bibliothèques. D'une part, elles offrent une accessibilité accrue par l'extension des heures d'ouverture, l'utilisation d'une panoplie de moyens de communication, l'élargissement des clientèles visées par la bibliothèque, etc. D'autre part, grâce à l'augmentation de la couverture des activités de perfectionnement, à la prestation de services d'aide hors de leurs locaux, à la livraison de documents directement au demandeur, etc., elles embrassent maintenant le monde de l'information dans sa globalité plutôt que de se limiter à la notion de documents.

### **Moyens de communication**

Quand on connaît l'intérêt de la génération Y pour tout ce qui touche à la vidéo, on ne s'étonne pas que ce moyen de communication tienne une place de choix dans les interactions avec les étudiants. Des bibliothèques rendent disponibles sur leur site Web de courtes vidéos dont le contenu vise tant la promotion (assistance par messagerie instantanée, référence) que la formation (comment trouver un film, comment trouver un article de périodique, etc.). À la Rutgers University, on profite de cet engouement pour expliquer aux étudiants, à l'aide d'une vidéo, les tenants et les aboutissants du plagiat. C'est une initiative d'autant plus importante que l'éthique reliée à la réutilisation de l'information – entre autres l'importance de citer ses sources – est une notion plutôt floue chez les jeunes de la génération Y.

Le service des bibliothèques de la Queensland University est particulièrement habile puisqu'il invite, à l'aide d'un concours avec prix à la clé, les étudiants à produire une vidéo pour promouvoir les bibliothèques (figure 14). On touche ici à plusieurs cordes sensibles des jeunes de cette génération, à savoir la production d'information, l'expérimentation et la formation par les pairs.

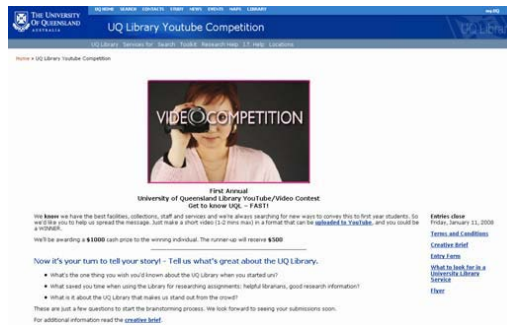


Figure 14

<http://www.library.uq.edu.au/youtubecomp/>

Il existe de nombreuses autres occasions de faire vibrer ces mêmes cordes sensibles. L'University of Michigan, par exemple, a lancé un concours de photographie. Mais toutes les bibliothèques déploient de nombreux efforts pour stimuler l'intérêt des étudiants et se promouvoir auprès d'eux. Certaines de leurs activités de promotion peuvent prendre une allure plutôt originale et informelle. Ainsi, les bibliothèques de l'University of Texas offrent gratuitement le plein de café de même que des tasses recyclables durant la période d'examen, et celles du MIT, pour leur part, donnent du jus et des biscuits.

On dénote plusieurs tendances en matière de communication. Les bibliothèques privilégient de plus en plus l'utilisation du multimédia pour joindre efficacement les étudiants. Leurs stratégies de communication visent à intéresser ces derniers en sollicitant leur désir d'interagir, d'expérimenter, de contribuer à la vie étudiante, voire de former leurs pairs.

## Conclusion

Les jeunes de la génération Y valorisent les aspects pratiques associés aux technologies de l'information et s'attendent à ce que les services IT soient disponibles au moment où ils en ont besoin. Ils utilisent activement plusieurs technologies pour communiquer, socialiser et demeurer en contact avec les autres, et se perçoivent habiles avec l'Internet. De plus, ils privilégient les technologies mobiles et utilisent les médias visuels. Enfin, ils prennent avantage des technologies Web 2.0 pour s'exprimer et ce, de plusieurs manières.

De leur côté, les bibliothèques innovent pour répondre encore plus efficacement aux besoins des utilisateurs. Elles ont compris que leur terrain de jeu est dorénavant l'information et non plus seulement le document. Google a amené les bibliothèques à réaliser qu'elles évoluaient dans un contexte concurrentiel où rien n'est vraiment gagné d'avance et où, surtout, le passé n'est plus garant de l'avenir. De passives qu'elles étaient, les bibliothèques d'aujourd'hui sont maintenant proactives : le statu quo n'est pas une option!