

La création d'un site internet, moyen d'attirer de nouveaux publics ?

*par Pascal GALLIEN
Archiviste
Service historique de la Défense*

En quelques années, internet est devenu un moyen naturel de communiquer et de s'informer. A l'origine de ce phénomène, un projet expérimental dénommé *Arpanet*, conçu au cours de la décennie 1960-1970 par le Département de la Défense américain, et portant sur la construction de réseaux opérationnels même en cas de destruction partielle. A partir de 1969, l'*Arpanet* évolue vers un système d'interconnexion multi-réseaux réalisant un protocole de communication entre ordinateurs et terminaux via un réseau de transport. En 1983, l'*Arpanet* est scindé en deux : *Milnet*, intégré au réseau de la Défense, et *Arpanet*, réseau de la recherche et du développement. La communication par paquets facilita la mise en place de réseaux mondiaux au sein des différentes communautés scientifiques internationales. En parallèle, de nombreux réseaux se développent durant la décennie 1980-1990, au service cette fois d'un public moins restreint. En France, *RENATER* réalise l'interconnexion de réseaux régionaux au réseau internet. Le réseau peu à peu constitué, l'idée que la technologie des ordinateurs associée à leur mise en réseau puisse reconstruire la vie associative, l'esprit civique, l'éducation et la vie culturelle prend forme. Reste cependant alors l'essentiel : la démocratisation du PC dans les entreprises et, surtout, chez les particuliers à partir de la seconde moitié de la décennie 1990-2000. En France comme ailleurs, auparavant réservé à une élite économique et/ou scientifique, l'ordinateur atteint désormais un taux d'équipement de 55,1% des particuliers (soit 14 millions de foyers), dont 78% connectés au réseau (11 millions de foyers).

Ouverts au public, les centres d'archives ne peuvent négliger cet outil pour accroître leur fréquentation et provoquer une « seconde révolution » après celle survenue durant la décennie 1970-1980, qui vit érudits et universitaires rejoints dans les salles de lecture par des amateurs d'histoire. Le potentiel d'internet doit cependant être pensé rationnellement : la crise financière et économique suite à l'éclatement de la bulle au début du siècle le prouve. Nous devons donc nous interroger sur les finalités de la création d'un site internet dans un centre d'archives, ainsi que sur les limites de cette création. Permet-elle notamment l'émergence de nouveaux publics, ou ne constitue-t-

elle qu'un moyen de développer de nouvelles relations avec le public fréquentant déjà les salles de lecture ? Cet exposé sera illustré par l'exemple du Service historique de la Défense, que nous suivrons à travers l'élaboration du cahier des charges, les services offerts par le site, sa fréquentation. Enfin, nous conclurons quant à la pertinence d'internet comme moyen d'attirer de nouveaux publics.

I/ La rédaction du cahier des charges : pourquoi créer un site internet ? Pour quel public ?

Pourquoi créer un site internet ?

Internet est devenu pour toute entreprise et individu en quête de notoriété une vitrine, un moyen de se valoriser voire de se faire connaître. Pour nous autres archivistes, un site internet existe également pour l'aide qu'il peut apporter aux utilisateurs dans la recherche et la communication des archives. Il constitue donc un moyen de valorisation externe des fonds et collections, cette valorisation constituant par ailleurs l'un des fondements de la conservation. Par la facilité qu'il offre, internet permet également de publier, électroniquement, des instruments de recherche ou des études que l'on ne jugeait pas opportun, le plus souvent par manque de moyens financiers, de publier sous forme papier.

Né en janvier 2005, de la mutualisation des anciens services historiques d'armées (Service historique de l'armée de l'Air, Service historique de l'armée de Terre, Service historique de la Gendarmerie nationale, Service historique de la Marine), le Service historique de la Défense (SHD), accueilli avec scepticisme par une partie des lecteurs, avait besoin de montrer la cohérence et les bienfaits de cette réunion. A ce titre, il fut confié, entre autres missions, au Département des publics et de la valorisation (DPV), la conception d'un site internet, dont le cahier des charges fut discuté avec les responsables des départements d'armées et du Département interarmées, ministériel et interministériels créé en même temps que le SHD. Auparavant, seul le Service historique de la Marine disposait d'un site convaincant. Les objectifs suivants furent fixés par le SHD : mise en ligne d'instruments de recherche, de reproduction de documents, d'informations pratiques. Le site devait donc valoriser les fonds et collections, mais aussi être informatif et scientifique. Figurent donc, en page d'accueil, les rubriques :

- « découverte », exposant les grandes lignes de l'organisation du SHD, valorisant des documents par la conception d'expositions virtuelles et la présentation de documents désignés comme « trésors d'archives »
- « fonds et collections » permettant de connaître les différents types d'archives et ouvrages conservés
- « rechercher » guidant le lecteur vers l'accès à des fiches méthodologiques et aux instruments de recherche
- « histoire » ouvrant l'accès aux publications scientifiques (articles, *Revue historique des armées*, ouvrages).

Les collections du SHD représentent au total 1,5 millions d'ouvrages spécialisés en histoire militaire et plus de 170 kilomètres d'archives permettant de retracer l'histoire

militaire depuis le XVIIIe siècle. Méconnues du grand public, elles méritent d'être mises en valeur par le site.

Le public visé par le site

Comme nous l'avons vu en introduction, l'usage d'internet se répand en France et dans le monde. Il représente donc un outil de communication et de valorisation indéniable, exploitable par les services à vocation culturelle, donc notamment les services d'archives, pour parvenir à remplir une des missions essentielles du ministère de la Culture telle qu'elle fut définie par André Malraux lors de sa création : « rendre accessible au plus grand nombre le patrimoine ». Au-delà de leur portée juridique traditionnelle, et patrimoniale pour les plus belles pièces, les archives sont désormais perçues par les citoyens comme un outil permettant d'agir sur l'éducation, la formation et la culture à tout âge. Les attentes du public sont donc différentes et plus nombreuses et les nouvelles technologies, un moyen pertinent de préserver et valoriser les fonds en permettant l'accueil et la consultation à distance des archives.

Le cahier des charges doit donc tenir compte des différentes attentes des publics fréquentant les salles et provoquer le désir chez les autres. Les grands chapitres d'un site internet pourraient être les suivants : informations pratiques et actualités, rappel de l'histoire et des missions du centre d'archives, présentation des fonds et collections, proposition de documents numérisés, actions éducatives et culturelles. Chaque centre doit ensuite ajuster le contenu de son site à son lectorat actuel et potentiel, selon la politique de communication choisie et les publics attendus, à l'image de la réflexion menée au SHD.

Premier type de public en terme quantitatif, le public des « amateurs » selon la terminologie du Portail international archivistique francophone, est constitué de généalogistes et d'historiens locaux, d'horizons sociaux divers et curieux d'histoire, mais peu avertis du fonctionnement d'un centre d'archives et de ce qu'il conserve. Proposer des informations générales est donc nécessaire. Pour ce public, et notamment les généalogistes, la possibilité de consulter à distance des registres d'état-civil numérisés est par ailleurs primordiale. Au ministère de la Défense, cela se traduit, outre le site du SHD, par la mise en ligne de fichiers nominatifs et, prochainement, de documents de la Première Guerre mondiale sur lesquels une recherche nominative sera possible, et ce, sur le site *Mémoire des hommes*, ouvert par la Direction de la mémoire, du patrimoine et des archives. Une requête à partir d'un moteur de recherche aboutissant à une réponse parmi les archives de l'armée peut attirer un nouveau public jusqu'ici cantonné aux archives communales ou départementales en raison de la méconnaissance des riches archives du ministère de la Défense en matière de recherche généalogique et de monographies. Ce public amateur constitue également un défi en terme de réflexion autour des instruments de recherche, de leur indexation et de leur encodage. Les convaincre, chez eux, de la richesse des fonds après une première accroche nécessite, au-delà des instruments de recherche traditionnels, de construire des outils thématiques qui faciliteront l'approche en attendant leur venue en salle de lecture où les conseils d'archivistes seront précieux. Afin de répondre à cette demande d'un

public (quasiment) néophyte, le SHD décida de mettre en ligne des fiches thématiques par grand sujet de recherche (ex : bibliothèque, individus, monographies communales, matériel). Dans un second temps, aux quelques inventaires thématiques déjà réalisés, se joindront d'autres inventaires, constitués au fur et à mesure du déploiement au SHD du progiciel Thôt et du logiciel documentaire Cindoc.

Le public scientifique, plus encore que les amateurs, apprécie la consultation d'instruments de recherche en ligne, qui permettent de juger de l'intérêt d'une venue, en salle de lecture.

Outre les fonctionnalités évoquées ci-dessus, les chercheurs souhaitent se voir offrir la possibilité de réserver leurs cotes, de remplir des demandes de dérogation ou de reproduction en ligne. A l'heure actuelle, le site internet du SHD, comme la plupart des sites internet archivistiques, n'offre toujours pas la possibilité de réaliser réellement de recherche archivistique, mais plutôt de préparer sa venue. Le SHD, en attendant le déploiement du progiciel Thôt, ne propose pas les services de réservation. Une réflexion va néanmoins être engagée pour juger de la pertinence d'une telle offre : une démarche électronique n'engendre pas le même engagement qu'une démarche téléphonique ou face à un interlocuteur en salle de lecture. Pour répondre à toutes les interrogations ou commentaires, le SHD offre néanmoins un service de messagerie qui reçoit en moyenne trois messages quotidiennement, de tous ordres : questions pratiques, demande de recherche, avis personnels...

Autre type de public : le public administratif, ne fait pas ici l'objet de commentaire. En effet, bien que la création d'un site internet ou, pour ce cas précis, intranet, permette de faciliter les échanges, il s'agit d'un public captif qui n'utilise les archives, au moins pendant les heures de service, que par nécessité administrative.

II/ La fréquentation d'un site internet

Si la constitution d'un site internet représente un outil de valorisation indispensable, sa pertinence pour l'ouverture vers de nouveaux publics dépend de son référencement dans les modèles de recherche : si le chercheur ou le curieux ne vient pas directement au site, le site lui sera proposé.

Le référencement, par les moteurs de recherche, du site et de son contenu constituent donc des éléments indispensables à sa fréquentation au-delà d'un cercle restreint d'habitues. Comme tous les sites professionnels, le site du centre d'archives doit apparaître dans les annuaires tenus par les professionnels d'archives et les moteurs de recherche grand public afin de toucher les différents publics potentiels.

Saisir le mot « archives » sur un moteur de recherche renvoie à une liste innombrable mais hétéroclite de pages. Malgré leur efficacité pour débusquer les informations de toute nature et croiser les données, les moteurs de recherche doivent donc être aidés par le rédacteur des pages lors de la conception du site pour éviter le bruit dans les réponses aux interrogations d'internautes : le chercheur qui découvre un site sans être satisfait de la réponse n'en conserve pas une bonne opinion. Respect des normes du World Wide

Web, balisage des pages de qualité, avec notamment identification du titre par les balises et mise en évidence de métadonnées permettent de figurer en bonne place dans les moteurs de recherche grand public. Les internautes se référant également au nombre de liens vers le site, l'appel au réseau archivistique et culturel de notre centre est primordial pour accroître sa notoriété.

La fréquentation régulière d'un site dépend également de sa mise à jour, donc de sa crédibilité et de son intérêt : si l'on ne trouve jamais d'informations récentes ou de nouveaux chapitres, le site est amené à péricliter rapidement, avec des conséquences en termes d'image pour le service. Au SHD, nous remarquons un intérêt croissant pour notre site dont le contenu évolue régulièrement (600 visiteurs par jour avec la version 1 du site, 2 500 depuis la mise en place du site « SHD 2 » le 28 septembre 2006 ; 7,5 pages consultées en moyenne par visite, contre 20 désormais ; 4 000 pages demandées par jour, 40 000 depuis octobre 2006). Il s'enrichit peu à peu de nouveaux instruments de recherche, de nouvelles expositions, de nouveaux dossiers, tandis que la rubrique informations pratiques bénéficie d'une réactualisation quotidienne.

Un sondage est actuellement en cours de réalisation afin de mieux connaître les publics fréquentant le site du SHD, notamment la proportion de personnes découvrant le SHD voire le monde des archives par ce biais.

III/ Un public nouveau ou un public d'habituez?

Les nouvelles technologies surmontent les difficultés matérielles auxquelles était confrontée jusqu'ici la consultation des fonds : pour étudier, il fallait se rendre sur le lieu de conservation. Désormais, d'ambitieux programmes de numérisation d'instruments de recherche et de documents permettent de répondre aux demandes des chercheurs ou, tout au moins, de préparer leur venue en salle. Cette possibilité ne doit pas pour autant remplacer les services de correspondance téléphonique ou écrite offerts jusqu'ici par les centres d'archives, gage d'une réponse interactive par un archiviste connaissant les fonds. Si, comme nous l'avons vu plus haut, le référencement, par des moteurs de recherche, des termes contenus dans les pages peut amener des individus vers un site, ce dernier répond donc avant tout, par cet aspect, à une amélioration du service rendu au public habituel. Les internautes sont donc en premier lieu un public fréquentant déjà les centres d'archives, utilisant les fonds et collections. A ce titre, le SHD ne recense pas une croissance de son lectorat liée à la mise en ligne de son site internet, mais peut apprécier d'avoir un public globalement mieux informé des conditions d'accès et de consultation (bien que les demandes par téléphone demeurent fréquentes).

Nous pouvons également citer les archives départementales de la Haute-Vienne, qui notent qu'« avec près de 1500 visites par jour et 6 millions de pages d'archives consultées en moins de trois mois, le site internet des archives départementales a trouvé son public ». Pourtant, « le public continue de « consulter activement les fonds dans la salle de lecture [...] La mise en ligne a donc permis à un nouveau public ne pouvant se déplacer aux AD ou ne pouvant effectuer ses recherches aux horaires d'ouverture de la salle de lecture d'accéder aux archives ». Le constat est donc le même : si la création

d'un site élargit le nombre potentiel d'utilisateurs, ceux-ci constituent donc un public de chercheurs amateurs ou de scientifiques désireux d'accomplir une démarche pour consulter les fonds. Internet facilite donc la consultation mais ne fait pas forcément naître un nouveau public, que l'idée de se rendre, même virtuellement, aux archives, n'effleure pas.

L'archiviste ne peut donc se contenter d'utiliser les nouvelles technologies pour mettre l'information à la disposition de tous et élargir la consultation de ses sites -virtuel et immobilier- à d'autres publics. Seule une approche diversifiée de la valorisation lui permet de répondre correctement aux enjeux d'éducation, de témoignage du passé et de culture inhérents aux archives.

Une politique de valorisation et d'ouverture des archives vers de nouveaux publics doit prendre en compte l'action éducative dès l'enfance, réalisée par un enseignant détaché, un employé du centre ou par les enseignants eux-mêmes, préalablement sensibilisés par les soins des archivistes. Le contact avec le document et son lieu de conservation reste le moyen privilégié pour faire naître le goût des archives donc de l'histoire dès le plus jeune âge. Les formes les plus répandues de cette valorisation sont les visites de site, les ateliers d'histoire. Parfois, le document se déplace en classe, par le biais de reproductions exposées pour illustrer et témoigner que l'histoire, ce sont des faits réels qui laissent des traces.

L'action éducative peut également toucher les adultes par le biais des expositions, lesquelles permettent de faire venir sur site et de sensibiliser un public qui, dans le cas d'expositions purement virtuelles sur internet, n'aurait pas fait la démarche de découvrir un monde inconnu ni bénéficié de la présence à ses côtés, dans une même salle d'exposition, d'archivistes désireux de partager leur savoir et passion.

Ainsi, à l'automne 2004, le SHAA organisa à l'hôtel de ville de Paris une exposition intitulée « *Le diable, la cigogne et le petit lapin* » évoquant la naissance de la symbolique dans l'aviation militaire au cours de la Première Guerre mondiale. Nombre de curieux, néophytes en matière d'histoire militaire et plus encore d'aéronautique militaire, entrèrent et découvrirent ces thèmes après avoir vu les affiches annonçant l'exposition sur le parvis de l'hôtel de ville. Les multiples expositions consacrées à des monographies communales et départementales au fil des siècles ou les expositions consacrées aux guerres mondiales ne sont-elles pas pour leur part autant de moyens de faire venir plusieurs générations sur site et de multiplier les témoignages de vécu individuel, de revivre son passé, de transmettre la fibre historique donc l'intérêt de la préservation du patrimoine ? Pourtant décriée en raison de son coût et du sujet abordé, l'exposition réalisée par la ville de Nice sur le club de football local, l'OGC Nice, constitue un exemple à suivre en matière d'ouverture à de nouveaux publics. De même, les journées du patrimoine constituent chaque année l'opportunité – à ne pas rater – de faire connaître le rôle d'un centre d'archives et les fonds à un public avide de découverte et d'enrichissement culturel mais ayant besoin de concret pour se sensibiliser. L'engouement massif et qui ne se dément pas pour ces journées prouve, si besoin est, que la virtualité ne peut remplacer ce rendez-vous annuel.

Pour permettre à tous d'aborder les archives sans appréhension, une fois la première sensibilisation effectuée par le biais des opérations de communication culturelle ci-dessus évoquées, cours de paléographies ou séances d'initiations à la recherche seront les bienvenues et, avec un professionnel en face de soi, s'avèrent plus efficaces qu'un simple guide de recherche numérique.

Le document d'archive étant désormais perçu comme un élément culturel à part entière, les médias les utilisent pour commémorer ou expliquer. Les centres d'archives peuvent effectuer les mêmes démarches afin de valoriser leur fonds et amener de nouveaux publics à les fréquenter. Expliquer le présent par les archives comme étant le fruit d'une évolution constitue donc une des finalités de la fonction recherche au SHD, qui prévoit d'aborder par exemple la Défense européenne, ou encore les Balkans sous forme de colloque, ouvrages, exposition et expositions virtuelles. Outre un public d'historiens, ces thèmes peuvent faire apparaître en salle de lecture un public de férus d'actualité et de journalistes avides de mieux comprendre le monde et son évolution.

Volontaristes, ces démarches doivent cependant être pensées dans le cadre général de l'archivistique et des moyens alloués à cette fonction : bien souvent, l'archiviste doit arbitrer, par manque de moyens humains et financiers, entre son désir d'ouvrir les archives au plus grand nombre et la réalisation des autres missions qui lui sont confiées.

Conclusion

Une politique de valorisation et d'ouverture à de nouveaux publics ne peut être l'apanage du seul site internet. La conception, la maintenance et le renouvellement d'un site sont un travail long mais finalement valorisant et peut contribuer à la survenance d'un nouveau type de chercheurs, qui, même s'ils ne ressentent pas le besoin immédiat de fréquenter un centre d'archives, perçoivent mieux la richesse et l'intérêt de celui-ci grâce aux informations et services offerts. L'approche nouvelle apportée par le web demeure néanmoins le privilège d'individus effectuant une démarche intellectuelle volontaire de recherche. L'archiviste se doit toujours d'être sensible aux attentes des individus, à la forme la plus pertinente de répondre à une attente ou de la créer. L'action concrète, la sensibilisation à tout âge ne peuvent donc être abandonnées au profit de la mise en ligne d'un site qui représente avant tout une vitrine et le meilleur moyen de faciliter l'information des chercheurs. Le site internet constitue donc certes plus qu'une simple amélioration du service rendu aux publics des archives, mais les chiffres de fréquentation des salles et les études sur les publics en témoignent : l'ouverture n'engendre ni augmentation ni évolution sociologique du lectorat.