

# Kommunizieren wir! : Aus dem Alltag = Communiquons! : Au quotidiens

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Arbido**

Band (Jahr): - **(2011)**

Heft 4: **Kommunizieren wir! = Communiquons! = Comunichiamo!**

PDF erstellt am: **22.07.2024**

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

# I. Kommunizieren wir! / Communiquons!

## Aus dem Alltag / Au quotidien

### «Hallo Kornelia, wie geht es dir?»

**Christine Eggenberg, Direktorin  
Kornhausbibliotheken Bern**

Hinter der lächelnden Frau namens Kornelia auf der Webseite [kornhausbibliotheken.ch](http://kornhausbibliotheken.ch) versteckt sich die seit zwei Jahren angestellte virtuelle Mitarbeiterin oder interaktive Webassistentin der Stadt- und Regionalbibliotheken (= Kornhausbibliotheken) Bern.

Um den Kundenkontakt zu verbessern und um bestehende Kommunikationskanäle wie Telefon oder E-Mail zu entlasten, lancierten die Kornhausbibliotheken im Herbst 2008 das Projekt «Kornelia». Kornelia ist ein Chatbot, letztlich ein Computerprogramm, das auf der Internetseite Gespräche simulieren kann. Chatkommunikation hat sich im Berufsleben wie in der Wissenskommunikation, aber auch in der Freizeit nach und nach etabliert. Bei der Einführung im Sommer 2009 waren die Kornhausbibliotheken die erste öffentliche Bibliothek der Schweiz, die eine solche Dienstleistung aufgeschaltet haben.

#### Start am 2. Juli 2009

Seit Juli 2009 gibt die virtuelle Bibliothekarin «Kornelia» auf der Internetseite Auskunft auf Kundenfragen aller Art. Diese elektronische Bibliotheksauskunft bietet 7x7 aktive Hilfestellungen zu Informationen über die Kornhausbibliotheken.

#### Zielsetzung

«Kornelia» sollte als Minimalversion für die Kornhausbibliotheken erstellt wer-

den, die zu einem späteren Zeitpunkt stufenweise weiterentwickelt werden kann. Die Kornhausbibliotheken erfüllen damit einen Aspekt ihres Leistungsauftrags, indem sie Informationsvermittlung auf dem technisch neuesten Stand und mit den modernsten Mitteln den Einwohnern von Bern und Umgebung zur Verfügung stellen. «Kornelia» vermag somit auch auf spielerische Art und Weise den Zugang zum Bibliothekskatalog zu erleichtern. Ausserdem kann der Kunde in seiner umgangssprachlich gestellten Formulierung abgeholt werden und niederschwellig in die Umgebung von bibliothekarischen Informationen eingeführt werden.

«Kornelia» ist darüber hinaus in der Lage, möglichst viele Auskünfte erteilen zu können. Dabei wird zwischen sozialen und fachspezifischen Fragen unterschieden. Die fachspezifischen Informationen wurden nochmals unterteilt in allgemeine Auskünfte, die eine Bibliothek betreffen, und in Fragen, die direkt mit dem Kornhausbibliotheksverbund zu tun haben.

#### Projektphase

Studentinnen, die das Studium zur Informations- & Dokumentationsspezialistin an der Haute Ecole de Gestion Genf absolvierten, nahmen unter der Leitung von Prof. Dr. René Schneider an einem Projektseminar zum Thema «Virtuelle Bibliothekarin» teil. Zusammen mit einem auf Avatare spezialisierten Programmierer wurde anhand der AIML-Sprache (= Artificial Intelli-

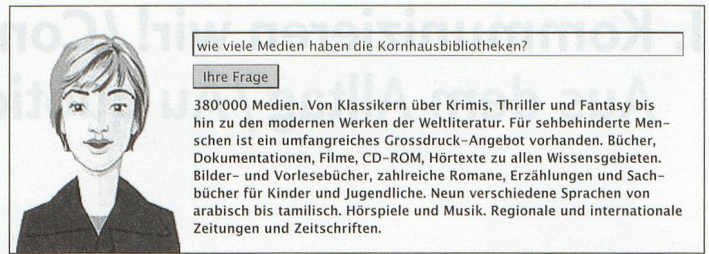
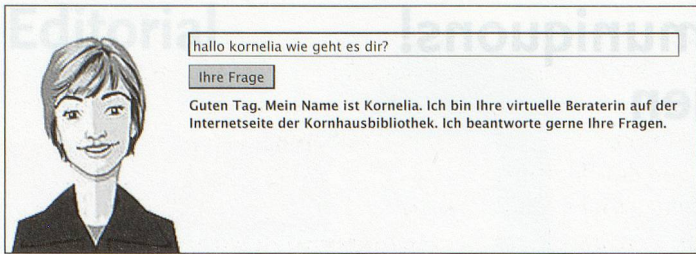
gence Markup Language, deren Quelltext frei verfügbar ist) eine Software-Umgebung für «Kornelia» entwickelt, die später in den Webauftritt der Kornhausbibliotheken integriert werden konnte. Des Weiteren wurde ein Prototyp implementiert, um die diversen Fragekataloge anzupassen. Es wurden drei Testumgebungen erstellt: für Kunden, für den Bibliotheksverbund und für die Studenten.

Ausserdem brauchte «Kornelia» ein Gesicht. Ihr Aussehen, Alter, ihre Haarfarbe, Kleidung und die verschiedenen Gesichtsausdrücke wurden unter Einbezug von Personen unterschiedlichen Alters, Geschlechts und unterschiedlicher Ausbildung gemeinsam mit einem Grafiker entwickelt.

Die Hauptaufgabe der Studierenden bestand darin, «Kornelia» mit möglichst viel Wissen auszustatten: Wissen über das Bibliothekswesen allgemein, über die Kornhausbibliothek und ihre Zweigstellen, über Menschen im Allgemeinen und Bibliothekskunden im Besonderen. Nach einem Jahr war es dann soweit: «Kornelia», die neue virtuelle Kollegin der Kornhausbibliothek, konnte im Juli 2009 die ersten Fragen von Kunden beantworten.

#### Wissensbasis

Als Grundlage für Kornelia wurde ein schon bestehender Regelkatalog von Christian Drossmann<sup>1</sup> übernommen, der vor allem generelle Fragen und Antworten beinhaltet. Die 3000 Regeln wurden überarbeitet und mit biblio-



theksspezifischem Wissen ergänzt. Bis April 2009 wurden 1700 Regeln hinzugefügt. Der Wissensstand von «Kornelia» wird ständig überarbeitet, das bedeutet, dass falsch oder unvollständig beantwortete spezifische Fragen in Zukunft immer seltener auftreten sollten. Dabei ist zu erwähnen, dass der Schwerpunkt der Auskunftsoptimierung auf dem spezifischen Fragenkatalog liegt.

### Überprüfung des Programms in Bezug auf potentielle Nutzer

Bevor «Kornelia» jedoch auf der Internetseite aufgeschaltet werden konnte, haben Studierende eines weiteren Studienjahres der Haute Ecole de Gestion im Frühjahr 2009 einen Usability-Test mit Personen, welche unterschiedliche Bibliotheksausbildungen aufwiesen, sowie Experteninterviews durchgeführt. Die Ergebnisse daraus halfen mit, «Kornelia» weiter zu verbessern. So gab es beispielsweise folgende Anpassungen: eine bessere Verlinkung, das Vermeiden von Scrollen sowie diverse Anpassungen bei der Darstellung der Resultate.

Ausserdem wurde die Beta-Version kurz vor der Live-Schaltung von «Kornelia» von einer Informatikstudentenklasse ausgiebig geprüft. Der Schwerpunkt der Aufgabenstellung bei den teilnehmenden Schülern lag bei den sozialen Fragestellungen. Die Ergebnisse der Evaluation waren aufschlussreich, weil erstmals völlig branchenfremde Personen in ihrer eigenen «Sprache» Auskünfte von «Kornelia» wollten. Aufgrund der Ergebnisse wurden neue Formulierungen programmiert, die sich bis heute bewährt haben.

### Probleme

Wie bei allen rein textbasierten virtuellen Umgebungen, gehen auch bei «Kornelia» die Aspekte der nonverbalen Kommunikation (Intonation, Gestik usw.) verloren. Dadurch entstehen Missverständnisse zwischen Frage und Antwort.

Aus finanziellen Gründen ist es leider nicht möglich, genügend Personal zur Verfügung zu stellen, um sich vor allem auch um die Verbesserung der sozialen Fragen und der rein bibliotheksspezifischen Fragen zu kümmern und die Antworten entsprechend zu vertiefen.

### Arbeit an «Kornelia»

Woche für Woche werden mittlerweile von einer Kollegin mit bibliothekarischer Ausbildung die Logdateien (= Protokolle) bearbeitet, analysiert und ständig verbessert. Ausserdem stellt sie die Statistiken in Bezug auf die Nutzung von «Kornelia» zusammen und evaluiert diese laufend.

Die Mitarbeitende treibt die Vergrösserung und Verbesserung der Wissensbasis des Chatbot und somit der Beantwortung voran.

### Auswertung

Pro Woche finden 50 bis 120 Gespräche statt. Dabei werden durchschnittlich

400 bis 1000 Fragen gestellt. Von Januar bis August 2011 fanden total 2783 Chats statt, mit steigender Tendenz. Mit der Anzahl der der Avatardin gestellten Fragen pro Woche wird deutlich, dass die Kunden nun wesentlich mehr Auskünfte wünschen, als dies zuvor via E-Mail der Fall war. Ein Grund für den Aufwärtstrend könnte sein, dass die Hemmschwelle eines Kunden beim Einsatz eines Chatbot niedriger ist als beim Versenden einer E-Mail und einem allenfalls aufwendigen Ausfüllen eines nicht unbedingt einladenden Kontaktformulars. Auch muss sich der Kunde nicht mühsam durch die FAQs (= Frequently Ask Questions) durchklicken, sondern kann die Frage gleich im Kontext stellen.

Viele der gewünschten Informationen betreffen «Soziales», von z.B. «Hallo, wie gehts?» über «wie ist das Wetter morgen» bis mitunter auch zu üblen Beschimpfungen kommt alles vor. Von Januar bis August 2011 wurden fast 19 000 solcher Fragen gestellt. Daraus ist zu schliessen, dass die Webseite der Kornhausbibliotheken offenbar rege benutzt wird und dass Kornelia als niederschwellige Einstiegskommunikation ihren Zweck erfüllt. Man kann tatsächlich mit ihr plaudern, der Kunde kann so lange mit Kornelia sprechen, wie er möchte. Der Rest der Fragen bezieht

## ABSTRACT

«Salut Kornelia, comment vas-tu?»

Derrière la souriante Kornelia qui apparaît sur le site web kornhausbibliotheken.ch se cache depuis deux ans une collaboratrice virtuelle ou une assistante web des bibliothèques régionales et municipales de Berne, c'est-à-dire la Kornhausbibliothek.

Afin d'améliorer le contact avec les clients et de décharger les canaux de communication comme le téléphone ou le courriel, la Kornhausbibliothek a lancé en 2009 le projet «Kornelia». Kornelia est un Chatterbot, un agent informationnel, qui tente de dialoguer sur une page Internet. La communication par chat est devenue chose courante, aussi bien dans la vie professionnelle et la communication scientifique que dans la vie privée. En introduisant ce moyen de communication en été 2009, la Kornhausbibliothek devenait la première bibliothèque publique de Suisse à offrir ce service. (traduction: pd)

1 Christian Drossmann hat den AIML (Artificial Intelligence Markup Language)-Chatbot «Alicebot» mitentwickelt. Weiterführende Informationen dazu können seinem Blog entnommen werden: <http://www.drossmann.de/wordpress/alicebot/> (zuletzt aufgerufen am 23.10.11)

sich laut Statistik auf spezifische Informationen. Das heisst, alles was die Kornhausbibliotheken und die dazugehörenden professionellen Auskünfte betrifft. Von Januar bis August 2011 wurden 2303 spezifische Fragen gestellt, davon konnten 2036 richtig be-

antwortet werden. Das bedeutet, dass in diesem Zeitraum 88,4% der spezifischen Fragen von «Kornelia» richtig beantwortet werden konnten.

Kornelia ist heute von der Webseite der Kornhausbibliotheken nicht mehr wegzudenken. Sie hat sich zu einem

wichtigen Bestandteil von digitaler Informationsvermittlung entwickelt.

Nun freuen wir uns natürlich über viele Plaudereien mit Kornelia!

**Kontakt:**

[christine.eggenberg@kornhausbibliotheken.ch](mailto:christine.eggenberg@kornhausbibliotheken.ch)

## «Wie sag ichs meinem Kunden?» Die Praxis in der Schweizerischen Nationalbibliothek

Beat Scherrer, Leiter Publikumsinformation Schweizerische Nationalbibliothek

«Alles über die Schweiz» – so lautet das Motto der Schweizerischen Nationalbibliothek (NB). Ausgehend von diesem Motto erhebt die Publikumsinformation der NB mit ihrem Angebot SwissInfo-Desk den Anspruch, alle Fragen zur Schweiz zu beantworten. Während die Linkliste auf unserer Website eine Hilfestellung beim selbständigen Recherchieren zum Thema Schweiz bietet, stehen bei unserer Beratung der Benutzerinnen und Benutzer vor Ort und beim Recherchedienst konkrete Fragestellungen im Vordergrund.

Die beiden wichtigsten Kommunikationskanäle mit den Kundinnen und Kunden sind in unserem Fall einerseits der persönliche Kontakt an der Infor-

mationstheke und andererseits die Korrespondenz per E-Mail, häufig auch mit Personen im Ausland. Anteilmässig stark zurückgegangen sind in den letzten zehn Jahren sowohl die telefonischen Anfragen wie auch jene «auf Papier» (Brief, Fax).

### Grundsätze

In der Kommunikation mit den Benutzerinnen und Benutzern halten wir uns an einige Grundsätze, welche für alle Kanäle Gültigkeit haben:

- Den Kunden als Person ernst nehmen: Ansprechen mit seinem Namen, Nennung des eigenen Namens;
- Antwort in derselben Sprache wie die Anfrage (wobei wir Deutsch, Französisch, Englisch und Italienisch, in Ausnahmen auch Spanisch, abdecken können)';

- Verwendung des gleichen Kommunikationsmittels wie bei der Fragestellung;
- Eingehen auf alle an uns gerichteten Fragen, auch wenn sie nicht das eigene Fachgebiet betreffen (in unserem Fall die Schweiz);
- Nennen der gefundenen Informationen und Referenzen;
- Angabe der verwendeten oder in Frage kommenden Findmittel;
- Erläutern des Vorgehens (Recherchestrategie);
- Hinweisen auf weitere mögliche Quellen oder Institutionen.

Ich vertrete die Meinung, dass wir bei jeder Beratung versuchen müssen, die Informationskompetenz der Benutzerinnen und Benutzer zu fördern, und dass wir sie zum selbständigen Recherchieren animieren sollen. In diesem



# metasystems

## la communication globale

- Des solutions personnalisées en communication
- Conception, multimedia et nouvelles technologies
- Un réseau de professionnels de l'information

Chemin des Rosiers 2B • 1701 Fribourg • 079 660 62 66 • [gilliozs@metasystems.ch](mailto:gilliozs@metasystems.ch)

Sinne sehe ich die «Hilfe zur Selbsthilfe» als Standardangebot, wobei wir je nach Fragestellung und/oder Hintergrund des Kunden durchaus auch deutlich darüber hinausgehen.

Mit zunehmender Berufserfahrung entwickeln die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eine gewisse Sensibilität, bei welchen Fragestellungen und bei welchen Kundentypen eher «Hilfe zur Selbsthilfe» und bei welchen eher «pfannenfertige» Antworten angezeigt sind. Die beiden Extreme diesbezüglich bilden wohl auf der einen Seite die Studierenden, welche zum selbständigen Recherchieren angehalten werden, und auf der anderen Seite EDV-ungewohnte ältere Benutzer, für die wir neben der Literaturrecherche auch gleich noch das Bestellen im Onlinekatalog übernehmen. Wie so oft gibt es zu beiden Fällen auch typische Gegenbeispiele: junge Benutzerinnen oder Benutzer, die im Bibliothekspersonal Dienstleister sehen, welche die relevante Literatur nicht nur recherchieren, sondern auch gleich auswählen und bestellen. Und auf der anderen Seite «moderne» Seniorinnen wie jene Frau, welche ganz entrüstet war, als ich ihr kürzlich bei der Benutzung des Computers behilflich sein wollte.

Es gibt auch spezifische Aspekte zu beachten, in welchen sich die Kommunikation vor Ort und jene «à distance» unterscheiden:

- Bei der Beratung vor Ort besteht die Gefahr, dass wir eher dazu neigen zu hilfsbereit zu sein und den Kunden zu wenig zuzutrauen. Andererseits soll auch jenen Personen Beachtung geschenkt werden, die überfordert sind und sich kaum getrauen, um Beratung nachzufragen.
- Die schriftliche Kommunikation muss versuchen, die zu Beginn genannten Elemente wiederzugeben und dabei das Relevante hervorzuheben und das Überflüssige zu vermeiden. Auch hier besteht eher die Gefahr, dass wir zu viele als zu wenige Informationen vermitteln. Aber: Wenn sich jemand beispielsweise nach der Verfügbarkeit einer bestimmten Zeitschrift erkundigt, ist es wohl sinnvoll, ihn gleich auch – proaktiv – auf Konsultationsmöglich-

keiten, Öffnungszeiten u.a. hinzuweisen.

- Bei unklaren oder komplexen Anfragen, die telefonisch an uns gelangen, bitten wir die Anrufenden oft, ihr Anliegen per E-Mail an uns zu richten. Dies zwingt einerseits die Betroffenen, ihre Frage klar zu formulieren, und hilft andererseits, Tipp- und Verständnisfehler zu vermeiden.

Die erwähnten Beispiele zeigen zumindest eines: Es ist nicht immer einfach sich «richtig» zu verhalten! Das Spektrum der Benutzerinnen und Benutzer ist in der NB – wie sicher in vielen anderen Bibliotheken auch – sehr breit, und das Personal ist immer wieder gefordert, herauszuspüren, welche Bedürfnisse jemand hat und welcher Umgang gerade angezeigt ist. Dies erfordert nicht nur eine gute Menschenkenntnis und ein gewisses Einfühlungsvermögen, sondern auch Kommunikationsbereitschaft und eine offene, positive Einstellung allen Menschen und ihren Anliegen gegenüber.

Im Rahmen der «Virtuellen Auskunft über die Schweiz» haben wir gemeinsam mit den Partnerbibliotheken eine Charta<sup>2</sup> formuliert, in welcher viele der genannten Punkte enthalten sind und welche ihrerseits von den Regeln der RUSA (Reference and Users Services Association) inspiriert sind.

### Hilfsmittel

Um eine zielgerichtete und auch effiziente Beratung des Publikums zu ermöglichen, stehen den Mitarbeitenden der Publikumsinformation verschiedene Hilfsmittel zur Verfügung. Diese wurden vom Team selbst erarbeitet und entstanden z.T. über Jahre hinweg. Darin sind sowohl tagtäglich verwendete Quellen und Abläufe festgehalten als auch viele Spezialfälle und -regelungen, welche nur selten vorkommen und deren Kenntnis unmöglich von allen in den Publikumsräumen und der Beratung mitarbeitenden Personen erwartet werden kann (einige arbeiten täglich an der Informationstheke, andere nur sporadisch). Folgende Hilfsmittel können bei uns unterschieden werden:

- Handbuch Publikumsinformation: Dieses enthält eine Fülle an vorwie-

gend praktischen Informationen: von Anleitungen für technische Geräte über die Organisation der Pausen- und Mittagsablösung bis zu Suchtipps für verschiedene Kataloge und Datenbanken. Es handelt sich bei diesem Handbuch um untereinander verlinkte HTML-Dokumente, deren Inhalte von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern selbst aktualisiert und ergänzt werden. Das Handbuch leistet auch bei der Einführung von Auszubildenden und neuen Mitarbeitenden wertvolle Dienste.

- Textbausteine: Für die Beantwortung schriftlicher Anfragen stehen vorformulierte Texte zu rund 20 häufig nachgefragten Themen zur Verfügung, dies in den drei am meisten verwendeten Sprachen Deutsch, Französisch und Englisch. Dies erleichtert und rationalisiert insbesondere das Formulieren von Antworten in einer anderen Sprache als der eigenen Muttersprache. Zudem vergisst man weniger häufig, gerade auch naheliegende Informationen zu erwähnen.
- Recherchemittel: Hierbei handelt es sich um Dokumente mit inhaltlich bereits aufbereiteten Informationen, welche regelmässig nachgefragt werden. So findet man darin zum Beispiel eine Liste der Amtsblätter aller Kantone mit Angaben von Signatur und Bestand in der NB sowie dem Link auf die aktuellen Onlineversionen. Oder ein Verzeichnis der genealogischen und heraldischen Ressourcen zur Schweiz.
- Last but not least: die vom Dienst Publikumsinformation gepflegte Linkliste zur Schweiz<sup>3</sup> nebst vielen anderen Inhalten der gesamten NB-Website.

### Ausblick

Wie Sie unschwer feststellen können, bewegt sich die Dienstleistungskommunikation mit den Benutzerinnen und Benutzern an der Schweizerischen Nationalbibliothek, wenn es um Recherchen geht, bisher in sehr konventionellem Rahmen. Um den sich wandelnden Kommunikationsgewohnheiten der jüngeren Generationen gerecht zu werden und diese als (potentielle) Benutzerinnen und Benutzer überhaupt zu erreichen, informiert und kommuniziert die NB allgemein zwar

seit einiger Zeit auch über Facebook und Twitter. Aber es ist noch einmal eine andere Sache, auch die Rechercheangebote direkt über diese Kanäle abzuwickeln. Wir prüfen im Moment, wie unsere Dienstleistungen künftig auch über Twitter oder Applikationen für

mobile Geräte angeboten werden können. Dabei geht es nicht nur um die Frage, welche Kanäle überhaupt und wenn ja, in welcher Form, geeignet sind, sondern vor allem auch darum, die Arbeitsprozesse daran anzupassen. Können und wollen wir zum Beispiel

komplexe Anfragen und Antworten zur Schweiz auch über superschnelle Kanäle wie Twitter anbieten? Wie geeignet sind die spezifischen «Regeln» und der «Verhaltenskodex» jedes einzelnen dieser Kanäle für die Beantwortung von Rechercheanfragen? Solche Fragen beschäftigen uns im Moment im Zusammenhang mit der Kundenkommunikation – die Antworten darauf werden uns wohl auch einige der im Artikel genannten Grundsätze für die Kommunikation anpassen und neu formulieren lassen.

Kontakt: [Beat.Scherrer@nb.admin.ch](mailto:Beat.Scherrer@nb.admin.ch)

## ABSTRACT

«Comment répondre à mes clients?» – La pratique de la Bibliothèque nationale suisse «Tout sur la Suisse» – telle est la devise de la Bibliothèque nationale suisse (BN). Le SwissInfoDesk est là pour apporter une réponse concrète à ce principe en fournissant réponse à toutes les questions qui peuvent se poser sur la Suisse.

La liste des liens sur le site web de la BN offre une aide certaine, mais les deux canaux fondamentaux de la communication avec les clients demeurent le contact personnel au bureau d'information et la correspondance par e-mail, souvent avec des personnes à l'étranger. Au cours des dix dernières années, les demandes de renseignements téléphoniques, ainsi que les échanges «sur papier» (lettres, fax) ont fortement diminué.

La BN a formulé un certain nombre de principes pour répondre à ses clients: elle les considère dans leur individualité propre, interagit dans leur langue et sur le même canal ou outil de communication que celui retenu par le client, aiguille la personne sur la bonne institution lorsque la question est hors champ, donne ses sources d'information et sa stratégie de recherche et suggère des pistes complémentaires. Au-delà de ces principes, face à des formes de communication qui se renouvellent rapidement, notamment chez les plus jeunes, le recours aux réseaux sociaux et aux applications mobile doit être introduit dans la stratégie de communication de la BN, en tenant compte de la spécificité de chaque mode de communication. (fs)

- 1 Was entsprechende Sprachkompetenzen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erfordert: zumindest D, F und E wird von allen erwartet.
- 2 Siehe [www.nb.admin.ch/swissinfodesk](http://www.nb.admin.ch/swissinfodesk) > Partnerbibliotheken
- 3 [www.nb.admin.ch/swissinfodesk](http://www.nb.admin.ch/swissinfodesk) > SwissInfoDesk Links

## «Kamera läuft!» – ein Archivfilm für Schülerinnen und Schüler

Dr. Marcus Weidner, wissenschaftlicher Referent, LWL-Institut für westfälische Regionalgeschichte, Münster

Waren in den 1970er-Jahren, und oft auch danach, Schülerinnen und Schüler im Archiv noch weitgehend ein Fremdkörper, der auch als solcher betrachtet wurde, so hat sich die Einstellung gegenüber den Nachwuchsforscherinnen und -forschern seitdem fundamental gewandelt. Insbesondere wichtige deutsche Wettbewerbe wie der Geschichtswettbewerb des Bundespräsidenten<sup>1</sup>, der nicht nur den Autor zur Geschichte brachte, führten zu einem Umdenkungsprozess, der die Schulung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern als Ansprechpartner der

Schule und die Erstellung archivpädagogischer Angebote (u.a. Führungen, Publikationen) massgeblich beförderte.

Bei der Konzeption des Internetportals «Westfälische Geschichte» (<http://www.westfaelische-geschichte.lwl.org>), das als Serviceleistung des LWL-Instituts für westfälische Regionalgeschichte<sup>2</sup> in Münster seit 2004 vielfältige Einführungen, Ressourcen und Informationsangebote zur Landes- und Regionalgeschichte dieses Landesteils, der mit 8,3 Mio. Einwohnern mehr als 10% der Gesamtbevölkerung Deutschlands umfasst, zur Verfügung stellt<sup>3</sup>, war deshalb von Anfang an ein spezieller Bereich für Schülerinnen und Schüler mit

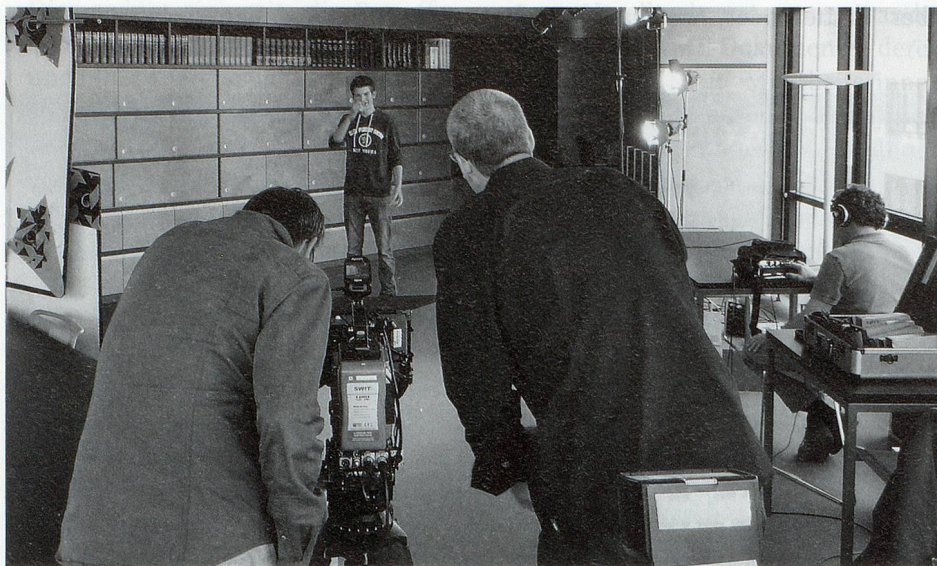
wichtigen Informationen für die eigene Beschäftigung mit der Geschichte eingeplant («Wir machen Geschichte!»).<sup>4</sup> Darunter befindet sich die Fotogeschichte «Pia und ihr erster Besuch im Stadtarchiv Rheine», die Schülerinnen und Schülern u.a. die Schwellenangst nehmen soll, indem sie diese schrittweise mit der grundlegenden Benutzung eines Archivs vertraut macht.<sup>5</sup>

War dieser «Archivrundgang» aus der Anfangszeit des Internetportals (2004) noch mit Bordmitteln realisierbar gewesen, da er mit relativ geringem technisch-organisatorischem Aufwand verbunden war, wurde im Rahmen einer geplanten Neuauflage 2009 durch das Internetportal schnell deutlich,

dass angesichts der fortschreitenden Medialisierung und Computerisierung eine zeitgemässere und zielgruppenadäquatere Form gefunden werden musste – ein Spielfilm. Den Vertretern der nun wiederum zusammenarbeitenden Einrichtungen LWL-Institut (Dr. Marcus Weidner) und Stadtarchiv Rheine (Dr. Thomas Giessmann) war durchaus bewusst, dass sich das gewünschte Format – ein ca. 45-minütiger Spielfilm mit archivpädagogischer Ausrichtung, (Laien-)Schauspielern, verschiedenen Drehorten, einer zielgruppenadäquaten dramaturgischen Handlung und einer professionellen filmischen Realisierung wie Postproduktion – nicht ohne eine kooperative Zusammenarbeit mit weiteren Partnern herstellen lassen würde. Dies betraf zum einen das archivpädagogische Fundament des Films, das, koordiniert vom Internetportal, in mehreren Arbeitssitzungen zusammen mit den für Archivpädagogik zuständigen Fachleuten<sup>6</sup> in Westfalen-Lippe 2009/2010 erarbeitet werden konnte und für die Spielfilmhandlung als verbindlich definiert wurde. Und zum anderen die dramaturgische Umsetzung, für die ein freier Dramaturg und Regisseur (Kai Schubert, Berlin) engagiert wurde, der sein Drehbuch mit der Archivgruppe in

zahlreichen Durchgängen diskutierte und modifizierte, sowie die filmisch-technische Umsetzung, für die das Medienzentrum des LWL<sup>7</sup> (Claudia Landwehr) gewonnen werden konnte.

und Institutionen (z.B. Schule, verschiedene Archivtypen) trifft. In diese durchgehende dramaturgische Handlung werden verschiedene inhaltliche Einheiten eingearbeitet, die das Wissen



Casting im Lesesaal des Stadtarchivs Rheine, Sommer 2011 / Foto: Marcus Weidner

Grundlegendes Ziel des Films ist es, Schülerinnen und Schüler ab der 9. Klasse mit den verschiedenen Archiven und der Archivlandschaft sowie den archivspezifischen Arbeitstechniken, Arbeitsschritten und Archivguttypen im Rahmen einer Spielhandlung vertraut zu machen. Zugleich sollen sie Hilfestellung u.a. bei der Quellensuche, -auswertung und -kritik erhalten sowie lernen, welche Präsentationsformen auf historische Projekte anwendbar sind. Unterschwellig sollte bei den jungen Nutzerinnen und Nutzern auch Verständnis für die diversen Regeln eines Archivbesuchs (z.B. Einschliessen der Taschen, kein Essen im Lesesaal, kein Kopieren von Akten) erweckt werden. Neben diesen Arbeitstechniken sollte aber auch ein Blick hinter die Kulissen geworfen werden können, um zu zeigen, wie Archivarinnen und Archivare arbeiten, welche Aufgaben sie haben und wie sie Dokumente bewerten, erschliessen und magazinieren.

Plot ist eine Schülergruppe, die während einer Projektarbeit die Lebens- und Arbeitsverhältnisse in der untergegangenen Textilindustrie von Rheine erforschen möchte und dabei auf verschiedene Personen (Archivpersonal, Nachfahren der Arbeitsmigranten, Zeitzeugen, Museumsmitarbeiter)

vertiefen und Hintergrundinformationen liefern sollen. Der Film wurde modular strukturiert, sodass an bestimmte Stellen gesprungen werden kann, die gerade thematisch interessieren (z.B. Wie bestelle ich Archivalien? Wie lerne ich die alte Schrift lesen? Wie dokumentiere ich meine Ergebnisse?). Der Film, der m.W. der erste grössere deutsche Archivspielfilm überhaupt ist, spielt zwar in einer westfälischen Stadt, das industrie- bzw. sozialgeschichtliche Thema, die Archivtypen, die Arbeitspraktiken und die Präsentationsformen sind aber so dimensioniert worden, dass der Film auch in anderen Regionen und (Bundes-)Ländern genutzt werden kann. Zudem wurde bewusst das Stadtarchiv einer Mittelstadt gewählt, da ein kommunales Archiv dieser Grösse, auf das vermutlich die meisten Nachwuchsforscherinnen und -forscher treffen werden, diese Arbeitsumgebung besser abbilden kann als ein grosses Staatsarchiv.

Um die Zielgruppe besser zu erreichen, wurde der «Archivfilm», so der Arbeitstitel bis heute, nicht als klassischer Lehrfilm angelegt, der aus der Perspektive der Wissenden, gleichsam von oben herab, doziert, sondern als Spielfilm, in dessen Verlauf die Schülergruppe sich auf ihre Art, d.h. Schritt für

1 Der Wettbewerb findet seit 1973 statt.

<http://www.koerber-stiftung.de/index.php?id=833>.

2 <http://www.lwl-regionalgeschichte.de>.

– Der Landschaftsverband Westfalen-Lippe (LWL) arbeitet mit seinen rund 13 000 Beschäftigten im Auftrag der neun kreisfreien Städte und 18 Kreise in Westfalen-Lippe. Er übernimmt in seinen mehr als 200 Einrichtungen und Aussenstellen Aufgaben, die einzelne Kommunen alleine nicht erledigen können. Mit Hauptsitz in Münster betreibt er z.B. 35 Förderschulen, 20 Krankenhäuser, 17 Museen sowie Kulturdienste und Beratungsstellen.

3 Für den Archivbereich ist v. a. die «Digitale Westfälische Urkunden-Datenbank» (DWUD) zu nennen, die als Kooperationsprojekt mit dem LWL-Archivamt für Westfalen im November 2011 freigeschaltet wurde.

Sie umfasst zzt. über 70 000 Regesten aus zahlreichen staatlichen, kommunalen, kirchlichen und privaten Archiven Westfalens.

Schritt und nicht frei von Konflikten bzw. Rückschlägen, die Inhalte selbst erarbeitet – unterstützt vom Fachpersonal, dem «freundlichen Archivar». Das dramaturgische Mittel einer Blogkamera, die ein Schüler mitführt und die die Arbeit der Gruppe dokumentieren soll, sorgt dafür, dass einzelne Lerninhalte inmitten der filmisch-erzählerischen Handlung nicht untergehen, sondern, ohne wiederum belehrend zu wirken, gebündelt und vertieft werden können. Ein besonderes Anliegen der Archivfilmgruppe war es dabei, das Archiv als einen attraktiven Lernort darzustellen, d.h., den Schülerinnen und Schülern zu vermitteln, dass ein Archiv eine niedrigschwellige, helfende und unterstützende Serviceeinrichtung sein kann.

Ein Grossteil der Arbeit aber wäre sicher vergebens gewesen, wenn der Film ausschliesslich über die traditio-

nellen Wege die Schülerinnen und Schüler hätte erreichen müssen. Wohl die wenigsten von ihnen, so die Vermutung, würden eine DVD käuflich zu einem Lernthema erwerben, zudem ist ihnen der Zugriff auf die örtlichen bzw. regionalen Medienzentren oder deren Download-Service (EDMOND) versperrt, da sich diese ausschliesslich an das Lehrpersonal richten. Ein Film des Internetportals «Westfälische Geschichte», der dort nicht auch online verfügbar sein würde, erschien ohnehin als Widerspruch. Um einerseits allen Partnern gerecht zu werden und andererseits eine breite Streuung des Films zu erreichen, wird der Archivfilm auf einer Kauf-DVD, im Leihverkehr der verschiedenen Medienzentren, als Download über EDMOND (beschränkter Zugang) und im Internetportal «Westfälische Geschichte» als Videostream (ohne Zugangsbeschränkung,

kostenlos, mit den im Film verwendeten, digitalisierten Archivmaterialien sowie in niedriger, mittlerer oder HD-Auflösung) verfügbar sein.

Nachdem im November hoffentlich die letzte Klappe gefallen sein wird, soll der Film im Frühjahr 2012 in die Klassen- und Jugendzimmer kommen.

Kontakt: [marcus.weidner@lwl.org](mailto:marcus.weidner@lwl.org)

<http://www.westfaelische-geschichte.lwl.org>

- 4 <http://www.westfaelische-geschichte.de/web74>.
- 5 <http://www.westfaelische-geschichte.de/web202>. Die Schülerin, die seinerzeit Pia dargestellt hat, ist inzwischen selbst Mitarbeiterin im Archivdienst.
- 6 Zu diesem Arbeitskreis gehörten neben dem Autor (Leitung) und Dr. Thomas Giessmann v. a. Dr. Wolfhart Beck (Landesarchiv Nordrhein-Westfalen Abt. Westfalen), Roswitha Link (Stadtarchiv Münster) und Dr. Gunnar Teske (LWL-Archivamt für Westfalen). – Siehe insbesondere: Wolfhart Beck, Schüler forschen im Archiv. Ein archivpädagogischer Führer für Schülerinnen und Schüler durch das Landesarchiv NRW Abteilung Westfalen, Düsseldorf 2010.
- 7 <http://www.lwl-medienzentrum.de>. Die 1928 als Landesbildstelle gegründete Einrichtung sichert nicht nur die fotografische, filmische und tonliche Überlieferung Westfalen-Lippes und fördert das Lernen mit und über Medien in der schulischen und ausserschulischer Bildungsarbeit, sondern produziert auch Medien für Dokumentation und Bildung.

## ABSTRACT

«*Silence, on tourne!*» – un film sur les archives pour les écoliers

Les écoliers sont désormais des hôtes bienvenus dans les archives. L'offre pédagogique dans le domaine des archives est variée et ne cesse de s'étoffer. Le portail Internet «Westfälische Geschichte» (<http://www.westfaelische-geschichte.lwl.org>) propose aux écoliers, sous la rubrique «Wir machen Geschichte!», un domaine spécifique qui les invite à se pencher sur l'Histoire (en particulier l'histoire nationale et régionale) et qui met justement à leur disposition du matériel documentaire ad hoc. Un film de 45 minutes a même été réalisé, dans toutes les règles de l'art, afin de familiariser les écoliers à partir de la 9<sup>e</sup> année avec les nombreuses tâches et possibilités qu'offre une archive. Ce film a été conçu et réalisé par des professionnels, qui se sont également chargés de la postproduction. Il est prévu de mettre ce film à disposition des milieux intéressés via différents canaux (DVD, prêt, téléchargement, portail Internet). Il devrait arriver dans les classes à partir du printemps 2012. (sg)

[ a [ r [ b | i | d ] o ]

INSERATE/ANNONCES

– arbido newsletter

– arbido print

– arbido website

→ [inserate@staempfli.com](mailto:inserate@staempfli.com)

→ 031 300 63 89



# Médiathèque Valais: l'«eMédiathèque» et les nouveaux usages de la communication

Romaine Valterio Barras, directrice adjointe Médiathèque Valais, responsable eMédiathèque

**Les outils web de la Médiathèque Valais font entrer le patrimoine culturel valaisan dans le 21<sup>e</sup> siècle en le rapprochant de ses utilisateurs. Les ressources disponibles via Internet permettent de découvrir les collections des institutions culturelles du canton et d'interagir avec elles.**

Selon le chef du Service de la culture de l'Etat du Valais, Jacques Cordonier, qui s'exprimait sur la révolution en cours concernant l'accessibilité du patrimoine culturel sur le Web: «Nous ne sommes qu'au début de cette profonde mutation de l'accès à l'information et à la culture. Les bibliothèques, archives et musées ont parfaitement conscience qu'ils ne sont désormais qu'un fournisseur de documentation parmi beaucoup d'autres. De manière paradoxale, ce moment est et sera marqué par le retour de la femme et de l'homme au centre du dispositif: à savoir la relation singulière entre un lecteur ou un visiteur virtuel et un bibliothécaire, un archiviste ou un conservateur à travers Internet».

Cette volonté d'ouvrir davantage le patrimoine valaisan au monde a passablement modifié le visage de la Médiathèque Valais et le travail de ses bibliothécaires, comme le mentionne Damian Elsig, directeur de la Médiathèque Valais: «Aujourd'hui, le numérique est à considérer comme une opportunité pour les bibliothèques.»

## 1. La Médiathèque Valais et l'eMédiathèque

Présente sur quatre sites physiques – Brigue, Sion, Martigny, Saint-Maurice – la Médiathèque Valais s'est dotée en 2010 d'un cinquième site, virtuel celui-là: l'«eMédiathèque».

Site transversal, animé par trois personnes à temps partiel qui en assurent le fonctionnement, l'eMédiathèque collabore étroitement avec la cellule informatique et web, transversale également. Les participants se distribuent les compétences informatiques, de technologies web, de graphisme, de numérisation.

L'eMédiathèque se fonde sur des ressources et les technologies de l'information et de la communication pour offrir des services visant une meilleure diffusion et communication du patrimoine culturel en ligne, mais également une offre de ressources numériques axées sur la lecture publique.

Les principaux objectifs visés par l'eMédiathèque se répartissent autour de la coordination, la diversification et le renforcement des accès aux plateformes existantes, le développement de nouveaux services à distance, la communication et la promotion des outils web proposés.

Son organisation est basée sur le prolongement dans le monde du virtuel des principaux services d'une bibliothèque:

- Traitement des documents et de l'information → programme de numérisation pour la bibliothèque virtuelle (patrimoine imprimé: monographies, revues scientifiques, presse; patrimoine audiovisuel)
- Politique de développement des collections → développement de l'offre en ligne (musique, patrimoine sonore, presse, ebook)
- Médiation culturelle → politique de développement d'une offre de médiation virtuelle (expositions en ligne, podcasts, animations en direct)
- Services au public → renforcement de l'autonomie du lecteur dans ses transactions avec la Médiathèque (bornes

de self-prêt RFID, inscription automatisée, dossier lecteur)

- Communication, promotion → promotion à travers le site Internet et les réseaux sociaux

Après la création de son site web<sup>1</sup>, relais essentiel de tous les services en ligne, la Médiathèque Valais a rapidement intégré des outils du Web 2.0 et du Web 3.0. Ces outils, dont ceux décrits ci-dessous, concernent pour la plupart des services à distance dédiés au patrimoine valaisan imprimé et audiovisuel. Active et performante dans ce domaine, la Médiathèque Valais a également établi un plan de bataille pour une offre en ligne de lecture publique plus étoffée: e-book, musique et presse en ligne notamment.

## 2. «Cliquez Valais!»: le Valais vous questionne ... La Médiathèque Valais vous répond: communication et accès au patrimoine culturel

L'objectif du projet «Cliquez Valais!» est double: d'une part il vise l'amélioration de la communication du patrimoine par le renforcement et la diversification des accès, d'autre part par la promotion et la communication avec le client, notamment via les réseaux sociaux.

### Renforcement des accès

- Presse en ligne: Vaste projet que la numérisation de la presse, projet pour lequel un partenariat Médiathèque Valais, Bibliothèque Nationale et éditeur a abouti à la mise en ligne d'une plateforme dédiée à un premier journal valaisan: «Le Confédéré»<sup>2</sup>. D'autre part, les journaux valaisans ont fait l'objet d'un dépouillement systématique depuis leur fondation et les notices créées enrichissent la bibliographie valaisanne entièrement migrée dans le catalogue RERO. La prochaine étape de ce projet consiste à établir des liens entre les notices du catalogue et le texte intégral des articles du

journal récemment numérisé et mis en ligne. Adieu microfilms et autres consultations papier: les futurs chercheurs apprécient déjà!

#### Diversification des accès

- *Carte du Valais interactive*: Cette carte constitue un accès à la mémoire audiovisuelle du Valais mise en scène sur Google Maps. Cette application constitue une possibilité supplémentaire et divertissante de découvrir une partie des trésors du patrimoine audiovisuel valaisan conservé à la Médiathèque Valais. Photos, films, enregistrements sonores relatifs à une localité ou un lieu-dit, sont accessibles en un clic directement depuis une carte du Valais. Evolutive, l'interface est progressivement enrichie et constitue une belle manière de s'intéresser au passé de son coin de terre.
- *Web des données*: La création d'un entrepôt OAI-PMH rend accessibles les métadonnées des archives audiovisuelles valaisannes et permet ainsi le moissonnage de ses données par de puissants moteurs de recherche, telle Europeana.
- *WikiValais* est né du désir de regrouper diverses bases de données isolées et peu visibles sous un même chapeau. L'utilisation d'une technologie du Web 2.0 est apparue comme la plus adéquate, alliant accessibilité et interactivité. WikiValais propose l'accès à diverses bases de connaissances sur des sujets valaisans, dont notamment les auteurs ou chercheurs valaisans et bientôt les institutions. Sur le modèle de Wikipédia, cette mutualisation des connaissances amène une nouvelle approche, celle de la coopération et de la démocratisation du savoir. La création de communautés actives autour des différents portails reste à développer ou à parfaire.

#### Actions de communication et de promotion

Comme toutes les bibliothèques, la Médiathèque s'améliore dans le secteur marketing des actions de communication et de promotion de leurs activités. Ces actions visent à diffuser, à améliorer la visibilité des services, à participer, à animer la vie culturelle du canton, à aller à la rencontre de ses différents publics. La Médiathèque utilise différents

canaux, dont certains dans le monde virtuel.

#### – Réseaux sociaux

Communautés d'individus ou d'organisations en relation directe ou indirecte, rassemblés en fonction de centres d'intérêts communs, les réseaux sociaux constituent un défi, mais surtout un tremplin formidable pour les bibliothèques: promotion, interaction avec le public, se faire connaître auprès du non-public.

Si la Médiathèque a trouvé sur Facebook et Twitter de bons outils de promotion de ses activités, l'interaction avec le public comporte une marge de progression substantielle. Des profils comme Gallica constituent des modèles d'inspiration.

#### – Codes QR

La Médiathèque a enrichi son agenda culturel sur affiches par cet outil de communication nouvelle tendance permettant d'offrir des informations substantielles sur une manifestation. Code barre en 2D inventé en 1994 par une entreprise japonaise et constitué de modules noirs disposés dans un carré à fond blanc et destiné à être lu par un lecteur dédié ou un smartphone, il a l'avantage de stocker plus d'informations qu'un code barre traditionnel et permet l'accès à du contenu numérique associé (vidéos, textes, liens internet, etc.).

#### – Le Valais en questions

Le Valais en questions est un guichet virtuel dédié à répondre à toute question d'ordre documentaire en lien avec le Valais. Compte tenu de sa mission, cet outil constitue à la fois une ressource à lui tout seul, mais également un outil de promotion puisque les réponses aux questions posées par les internautes font souvent référence ou renvoient aux autres ressources et outils en ligne de la Médiathèque Valais.

#### 3. «Cliquez Valais!» demain

Par la création de l'eMédiathèque, la Médiathèque Valais parie sur le succès de la communication virtuelle. Une relation singulière entre professionnel et client des institutions culturelles prend forme à travers les prouesses technologiques qui révolutionnent non seulement l'accès aux contenus mais également la communication, notamment via les réseaux sociaux.

Un mouvement de dynamisme et de synergies des professionnels de la Médiathèque Valais est apparu autour des différents services en ligne, qu'il s'agisse de diversification, de renforcement des accès ou d'interaction directe avec le public. Un secteur important reste à explorer: celui de la médiation virtuelle. Une politique en la matière est en préparation afin d'offrir plus que la mise en ligne, déjà opérationnelle, des

## ABSTRACT

*Mediathek Wallis: Die «eMediathek» und neue Nutzungsformen der Kommunikation*  
Romaine Valterio Barras, stv. Direktorin Mediathek Wallis und Leiterin eMediathek  
Die Webtools der Mediathek Wallis öffnen dem Walliser Kulturerbe die Tore zum 21. Jahrhundert und bringen es den Nutzerinnen und Nutzern näher. Die Ressourcen, auf die über das Internet zugegriffen werden kann, ermöglichen es, die Sammlungen der kantonalen Kulturinstitutionen zu entdecken und mit ihnen zu interagieren. Die Mediathek Wallis und die eMediathek sind an den vier Standorten Brig, Sion, Martigny und Saint-Maurice präsent, seit 2010 existiert der «virtuelle Standort» eMediathek. Die Site der eMediathek wird von drei Personen in Teilzeit unterhalten. Ziel der eMediathek ist es, das kulturelle Erbe mit den Mitteln der Informationstechnologie zugänglich zu machen und zu kommunizieren. Neben der Möglichkeit, mit den Kunden zu interagieren (z.B. via soziale Netze) gibt es auch ein Onlineangebot von E-Books, Musik und Presseerzeugnissen, dazu interaktive Karten des Wallis, das WikiWallis (ein auf den Kanton zugeschnittenes Wikipedia) sowie eine Kulturagenda. Das Angebot soll noch weiter ausgebaut werden (Kulturvermittlung, Zugriff über mobile Geräte).

Rolf Hubler

podcasts des animations de la Médiathèque. Développer la médiation virtuelle, adapter les services en ligne aux

1 [www.mediatheque.ch](http://www.mediatheque.ch)

2 [www.confederearchives.ch](http://www.confederearchives.ch)

## Enquête sur les manifestations culturelles organisées par la Bibliothèque cantonale et universitaire-Lausanne

Alexandra Weber Berney et Françoise Simonet Chatton, Bibliothèque Cantonale et Universitaire, Lausanne

### Introduction

Dans le cadre de sa stratégie qui se veut à l'écoute des attentes de ses différents publics, la Bibliothèque cantonale et universitaire-Lausanne (BCUL) a réalisé, en automne 2010, une enquête sur les manifestations culturelles qu'elle organise tout au long de l'année.

La finalité de cette enquête était double:

1. Connaître le profil des personnes qui viennent aux manifestations et de celles qui n'y viennent pas, avec la visée finale de conquérir un nouveau public et d'augmenter son audience.
2. Connaître le degré de satisfaction du public présent et faire un état des lieux de ses attentes afin de pouvoir adapter sa stratégie en conséquence et d'en assurer une visibilité optimale.

Le questionnaire a été élaboré en interne sur la base d'enquêtes similaires réalisées à Genève et à Lyon. Le questionnaire a été diffusé sous deux formes: une version papier, distribuée lors des manifestations et jointe à la distribution du programme des manifestations culturelles par courrier, et une version en ligne, diffusée par courriel.

### Echantillon de l'enquête et profil des participants

Le questionnaire en ligne a été envoyé par courriel à 17 000 usagers actifs de la BCUL. 1398 personnes ont répondu au questionnaire de septembre à novembre 2010. Parmi elles, 44,5% ont déclaré connaître les manifestations culturelles de la BCUL.

terminaux mobiles et renforcer la présence sur les réseaux sociaux constituent les priorités afin de coller toujours plus aux nouveaux usages de la communication. Les nombreux échos favorables des clients renforcent la volonté d'être présents en tout temps, avec une

L'enquête nous a révélé que le public des manifestations culturelles est majoritairement féminin et touche principalement des personnes de 40 ans et plus. Les jeunes et les étudiants sont très peu présents: 40% environ des moins de 30 ans connaissent l'existence des manifestations mais n'y viennent pas. Le public des manifestations culturelles se constitue principalement de personnes actives et de personnes retraitées, parlant majoritairement le français et habitant à Lausanne ou dans les alentours.

On peut donc dire que la connaissance des manifestations culturelles est déterminée respectivement par l'âge et la distance de Lausanne.

### Fréquentation des manifestations culturelles de la BCUL

En termes de fréquentation, il ressort de l'analyse que 64% des personnes viennent irrégulièrement ou une à deux fois par an, en fonction de l'intérêt suscité par l'une ou l'autre manifestation. 8,6% des personnes interrogées suivent de manière assidue les manifestations culturelles proposées.

La variété et la diversité de l'offre sont donc essentielles afin que chacun puisse y trouver son intérêt. Dans les remarques ouvertes, plusieurs personnes ont déploré l'aspect élitiste de la programmation, il faut donc veiller à offrir une palette assez large et des manifestations de type différent en adéquation avec la charte des manifestations culturelles ainsi qu'en fonction des publics cibles identifiés par la BCUL.

La population la plus jeune (en dessous de 20 ans et de 21 à 30 ans) et les

offre maximale et diversifiée, partout où se trouvent les différents publics et ceci depuis une seule adresse: [www.mediatheque.ch](http://www.mediatheque.ch).

Contact: [Romaine.ValterioBarras@mediatheque.ch](mailto:Romaine.ValterioBarras@mediatheque.ch)

étudiants ont tendance à répondre ne jamais venir aux manifestations culturelles. Les personnes actives et retraitées (entre 51 et 70 ans) fréquentent plus souvent les manifestations culturelles, bien qu'irrégulièrement.

### Satisfaction des participants aux manifestations culturelles de la BCUL

Le taux de satisfaction est extrêmement bon, aussi bien sur le plan du contenu (offre, qualité et diversité des manifestations, accueil) que sur le plan physique (horaire, lieux et leur accessibilité). Il correspond à l'impression ressentie par les organisatrices qui accueillent un public de plus en plus nombreux, exprimant souvent sa reconnaissance pour la qualité de l'offre mise à disposition gratuitement. L'analyse des réponses ouvertes montre toutefois qu'une amélioration est toujours possible.

Les remarques qui ressortent des questions ouvertes correspondent aux points à améliorer déjà identifiés au sein du Service des manifestations culturelles, soit:

- Le manque de salles adéquates aussi bien pour les manifestations culturelles lausannoises et pour se distinguer dans l'enceinte du Palais de Rumine.
- Le défi d'attirer un public plus jeune et étudiant dans un endroit tel que le Palais de Rumine, bâtiment peu convivial à leurs yeux pour une sortie culturelle.

### Les expositions organisées dans le hall de la BCUL Riponne-Palais de Rumine

Plus de la moitié (54%) des personnes, situées majoritairement dans une

tranche d'âge de 40 à 70 ans, prennent le temps de regarder les expositions. Le pourcentage des personnes qui n'en tiennent pas compte (46%) est représenté surtout par des jeunes, même si les expositions sont jugées satisfaisantes à plus de 90%. Ce n'est donc pas vraiment le contenu qui n'intéresse pas les personnes qui ne regardent pas les expositions. Cela s'explique peut-être par le fait que les expositions sont situées dans un lieu de passage. Les jeunes et les étudiants viennent à la bibliothèque principalement pour étudier et prendre des documents. Ils côtoient donc cet espace tous les jours et les vitrines font «partie des meubles».

Des expositions virtuelles et interactives pourraient attirer les jeunes. Mais il faut faire attention cependant de contenter également le 54,1 % du public qui regardent aujourd'hui les expositions avec intérêt et satisfaction.

#### Avis sur la communication des manifestations culturelles de la BCUL

Toutes tranches d'âges confondues, c'est l'information sur place, grâce à la signalétique et au personnel, qui prime. Le programme des manifestations culturelles est la seconde source d'information. Le site web de la BCUL est la troisième source d'information utilisée.

Si l'on croise l'âge avec le moyen de communication préféré, on peut noter qu'un certain public peut être ciblé avec différents moyens de communication. Les plus jeunes n'utilisent presque pas le programme imprimé, qui, par contre, est le moyen principal d'information pour les autres utilisateurs. Les tranches d'âge centrales utilisent aussi beaucoup l'e-newsletter, qui n'est pas beaucoup consultée par les plus jeunes et les plus âgés. Enfin, la presse écrite est appréciée par les personnes plus âgées, en particulier entre 61 et 70 ans.

Cette enquête montre que le moyen de s'informer varie en fonction de l'âge. L'information doit donc être présente simultanément sur des canaux multiples afin qu'elle puisse atteindre les différentes tranches d'âge du public des manifestations culturelles.

#### Attentes du public sur les manifestations culturelles de la BCUL

Les attentes du public présentées dans cette partie sont celles qui ont retenu

notre attention et qui nous ont semblé les plus pertinentes.

Il découle de l'analyse que le rôle des manifestations culturelles de la BCUL est de permettre au public de s'approprier la culture et le savoir, ainsi que de lui offrir un angle pertinent pour comprendre la société d'ici et d'ailleurs. Le public s'attend à un apport critique de la culture, une visée didactique, des commentaires et des explications.

Une partie des personnes interrogées réclament encore plus d'offres déjà proposées (lectures, rencontres et conférences avec auteurs, lectures bilingues, découverte d'auteurs étrangers) et sont très intéressées par la rencontre et l'échange avec les auteurs, éditeurs, réalisateurs et musiciens d'ici.

Les réponses nous ont montré que le public a envie de se sentir directement concerné: il désire des débats sur des sujets d'actualité, de société et souhaite des manifestations interactives (débats, lectures dans la ville, ateliers d'écriture, de lecture, de cinéma, de

musique, lecture à domicile, club de lectures, café philo, etc.).

Le public manifeste un intérêt marqué pour la découverte de la BCUL, de ses fonds précieux et manuscrits, ainsi que pour celle des personnes qui y travaillent.

Le public a exprimé le désir d'une interactivité entre les différents domaines proposés: musique et littérature, cinéma et littérature, histoire de l'art et littérature, etc.

Enfin, l'enquête a démontré une attente de la part du public autour de la musique (concert, musique de chambre, commentaires d'opéra, de disques, etc.), du cinéma (projections commentées, cycle livre-écran, invitation d'un réalisateur, d'un photographe, etc.), ainsi qu'autour du conte et de la poésie.

Contact: [Alexandra.WeberBerney@bcu.unil.ch](mailto:Alexandra.WeberBerney@bcu.unil.ch)

## ABSTRACT

### *Befragung über die von der Kantons- und Universitätsbibliothek Lausanne organisierten Kulturveranstaltungen*

Die Kantons- und Universitätsbibliothek Lausanne (BCUL) hat im Herbst 2010 eine Umfrage über die von ihr organisierten Kulturveranstaltungen durchgeführt. Ziel dieser Umfrage war es, Profile von Besuchern und Nichtbesuchern zu erstellen sowie die Zufriedenheit und die Erwartungen der Besucher zu ermitteln.

Der Fragebogen wurde intern und nach dem Vorbild ähnlicher Umfragen in Genf und Lyon erstellt. Neben dem klassischen Fragebogen wurde auch eine elektronische Version erstellt, welche per E-Mail an 17 000 aktive Benutzer der Bibliothek verschickt wurde. 1398 Benutzer beantworteten den Fragebogen, wobei 44,5% von ihnen angaben, die Kulturveranstaltungen der BCUL zu kennen.

Hier die wichtigsten Resultate der Umfrage:

- Das Publikum besteht grösstenteils aus älteren Personen. Am besten vertreten sind französischsprachige Frauen über 40, wohnhaft in Lausanne oder der Umgebung.
- Die meisten Personen besuchen eine bis zwei Veranstaltungen pro Jahr.
- Das Programm wird sowohl inhaltlich als auch organisatorisch (Zeit, Ort, Zugänglichkeit) als gut bewertet.
- Die Ausstellungen werden vor allem von älteren Benutzern beachtet, während Studenten sich nur am Rand dafür interessieren. Insgesamt sind 90% der Benutzer zufrieden mit den Ausstellungen.
- Die am meisten benutzten Kommunikationsmittel sind die Information vor Ort, das Programm und die Website der BCUL.
- Die Erwartung der Benutzer an die Veranstaltungen ist, dass Kultur und Wissen auf didaktische Weise (mit Kommentaren und Erklärungen) vermittelt werden. Sie interessieren sich für aktuelle Themen sowie Gesellschaftsthemen und wollen aktiv mit einbezogen werden (Diskussionen, interaktive Veranstaltungen). Neben den bisherigen Veranstaltungen (Vorlesungen, Autorentreffen etc.) würden sie sich auch für Veranstaltungen rund um Musik und Kino begeistern. (dr)

# Les services de la Bibliothèque de l'EPFL, un an et demi après l'ouverture

Guilaine Baud-Vittoz, Service d'Information scientifique et Bibliothèques (SISB) de l'EPFL

Cet article<sup>1</sup> présente les services fournis aux utilisateurs de la Bibliothèque de l'EPFL et met en exergue les moyens mis en œuvre pour les améliorer et informer son public.

## 1. Un bâtiment de prestige

La Bibliothèque de l'EPFL a ouvert ses portes dans le bâtiment du Rolex Learning Center en février 2010. Issue de la fusion de neuf bibliothèques de facultés et d'une bibliothèque centrale, elle est devenue l'unique bibliothèque du campus. Dotée de plus de 500 000 documents, elle fait face non seulement à l'accroissement du fond documentaire, mais aussi et surtout à un public de plus en plus varié: le public universitaire – étudiants Bachelor et Master, doctorants, professeurs, chercheurs et personnel académique, – y côtoie sans distinction le grand public – gymnasiens, retraités, étudiants issus des Hautes écoles environnantes. (...)

## 2. Un lieu d'étude ouvert 7 jours sur 7

Avec des heures d'ouverture élargies au maximum – de 7 h à minuit, 7 jours sur 7 – la bibliothèque propose des conditions de travail optimales, particulièrement pour les étudiants. Dans ses murs, 860 places de travail individuelles ainsi que des salles de travail en groupe sont mises à disposition de tous. En ce qui concerne l'accès aux collections, le public peut consulter librement 98% du fonds documentaire, et le solde, livres anciens et collections précieuses, est consultable sur demande. (...)

L'une des spécificités de la bibliothèque est que la quasi-totalité du personnel, toutes fonctions confondues, doit assurer une présence au guichet, à l'exception toutefois des postes administratifs et de support (secrétariat, informatique et direction). Le nombre de périodes de guichet affecté à chaque collaborateur est défini en fonction de son taux d'occupation et du secteur auquel il appartient. (...)

## 3. Un public autonome

La Bibliothèque de l'EPFL privilégie l'autonomie du public; dans ce but, six machines de prêt sont réparties dans le bâtiment. L'utilisateur n'est donc plus tributaire de la présence des bibliothécaires pour l'accès, l'emprunt et le retour de documents. Ceux-ci sont d'ailleurs tous accessibles librement, y compris les 400 000 documents rangés au sous-sol dans des étagères mobiles (compactus). Les professionnels aux guichets, ainsi libérés des tâches de prêt et de retour, peuvent accorder plus de temps aux utilisateurs pour leurs recherches d'informations ou leurs autres questions. (...)

## 4. Une bibliothèque à distance

Aujourd'hui, chercheurs, professeurs et doctorants ne souhaitent plus se rendre physiquement à la bibliothèque. Au contraire, ils préfèrent que l'information, la plus à jour possible, vienne directement à eux. Leur volonté s'inscrit dans un souci d'efficacité bien compréhensible. La Bibliothèque de l'EPFL met donc l'accent sur sa collection virtuelle: plus de 30 000 livres électroniques (<http://library.epfl.ch/ebooks/>), environ 10 000 titres de périodiques (<http://library.epfl.ch/periodicals/>) et une soixantaine de bases de données sont ainsi disponibles à distance. Ces ressources sont accessibles librement sur le campus; pour toutes les personnes affiliées à l'EPFL qui désirent y avoir accès depuis l'extérieur, un système VPN (Virtual Private Network) a été mis en place. (...)

## 5. Des services qui communiquent

Communiquer avec le public sur les services proposés est bien entendu primordial pour une bibliothèque, et la Bibliothèque de l'EPFL ne fait pas exception. Le premier écueil à surmonter dans

## ABSTRACT

### *Die Bibliotheksdienste der EPFL, eineinhalb Jahre nach deren Eröffnung*

Die Bibliothek der EPFL ist seit Februar 2010 neu in einem repräsentativen Gebäude (dem Rolex Learning Center) untergebracht. Damit wurden neun Fakultätsbibliotheken und eine Zentrale unter einem Dach vereint und zusammengelegt. Die Bibliothek ist sieben Tage in der Woche geöffnet (von 7 Uhr bis Mitternacht). Es besteht ein durchgehender Schalterdienst. Nutzerinnen und Nutzer verfügen über WIFI, Scanner und können Laptops ausleihen. Sechs Ausleihautomaten unterstützen die Autonomie des Publikums, die auch mit weiteren Mitteln gezielt gefördert wird. Dank der virtuellen Bibliothek ist es möglich, dass man Bücher nicht holen muss, sondern dass sie gleichsam zu einem nach Hause kommen. Auf die Sammlungen kann auch via Smartphone zugegriffen werden. Es stehen weiter verschiedene, auf das Publikum zugeschnittene Informationskanäle zur Verfügung, über die mit der Bibliothek kommuniziert werden kann. Im Hinblick auf die Optimierung der Dienste wird die Meinung der Besucherinnen und Besucher mittels Zufriedenheitsstudien und anderer Befragungsmittel regelmässig eingeholt und verwertet. Website der EPFL-Bibliothek: <http://library.epfl.ch/>. (Rolf Hubler)

<sup>1</sup> L'article in extenso peut être consulté sur le site de l'EPFL, à l'adresse suivante: <http://infoscience.epfl.ch/record/170305>

son cas est la multiplicité des publics. Comme leurs intérêts divergent en fonction de l'utilisation qu'ils ont de la bibliothèque, le contenu des messages sera différent, les canaux de communication également. En parallèle de ce positionnement par rapport à la typologie des publics se pose la question du contenu du message, de son objectif final. (...)

## 6. Des usagers satisfaits

Il existe différents moyens d'appréhender la satisfaction et les besoins des usagers. Le premier est l'enquête de sa-

tisfaction, dans la mesure du possible complétée par une analyse des besoins. Cette enquête peut être fragmentée en fonction des ressources à disposition, mais livre des résultats plus intéressants lorsque l'ensemble des services de la bibliothèque peut être évalué. (...)

## 7. Des améliorations en continu

Enfin, quels que soient les moyens mis en œuvre pour faire ressortir les besoins du public, il est important de ne pas s'arrêter sur la simple analyse de situation. Il est en effet indispensable

de se positionner par rapport à ces attentes: certains services peuvent être créés, d'autres améliorés, d'autres encore ne peuvent être validés pour des raisons politiques, de budget ou de moyens humains.

Dans le cadre de l'amélioration continue des services de la Bibliothèque de l'EPFL, certains d'entre eux sont confiés à des groupes de travail internes pour réflexion et ajustement. (...)

Contact: [guilaine.vittoz@epfl.ch](mailto:guilaine.vittoz@epfl.ch)

# BiblioMaker



## Bibliothekssystem

BiblioMaker besteht aus verschiedenen Modulen, welche alle Ansprüche jedes Bereichs einer Bibliothek und Mediothek abdecken.

Verlangen Sie unsere Unterlagen mit CD-ROM für eine kostenlose Bewertung.

BiblioMaker wird seit 1987 entwickelt und wird durch ELSA Consultants AG vertrieben.

**Tel. 0800 822 228**  
[www.bibliomaker.ch](http://www.bibliomaker.ch)  
[info@bibliomaker.ch](mailto:info@bibliomaker.ch)

## Logiciel pour Bibliothèque

BiblioMaker est composé de différents modules qui couvrent l'ensemble des besoins d'une bibliothèque ou d'un centre de documentation.

Demandez notre brochure avec CD-ROM pour une évaluation gratuite.

BiblioMaker existe depuis 1987 et est distribué par ELSA Consultants SA.

# TRIALOG

Die Unternehmensberatung  
für Bibliothek, Archiv und  
Wissensorganisation

## Kooperieren! Aber wie?

**Wir helfen dabei.**

*Trialog AG, Holbeinstr. 34, 8008 Zürich*  
*Tel. 044 261 33 44, Fax 044 261 33 77*  
*[trialog@trialog.ch](mailto:trialog@trialog.ch) - <http://www.trialog.ch>*