

LECTURE COMPLÉMENTAIRE NO 6

Smith, Wilfried (1985). « Archives et relations publiques ». In : *Techniques modernes d'administration des archives et de gestion des documents: recueil de textes*, compilés par Peter Walne. Paris : Unesco, p. 465–470 (pour la publication en format papier) (PGI-85/WS/32). Texte également disponible à l'adresse URL suivante : http://www.unesco.org/webworld/portal_archives/ramp_studies_list.html

Tout **comme** le texte précédent, celui-ci explique pourquoi et comment les relations publiques peuvent avantageusement venir en aide aux responsables de la gestion d'un service d'archives. **Ils** exposent également des moyens **concrets d'entrer** en relation **avec le** public.

Archives et relations publiques

Par

Wilfried SMITH

Archives publiques du Canada, Ottawa

Choisir les relations publiques comme l'un des thèmes de discussion de cette conférence, voilà qui est significatif, puisque ce n'est que tout récemment que les relations publiques ont été reconnues comme une préoccupation majeure que doivent avoir les Archives, quel que soit leur degré de développement. On rechercherait vainement dans les bibliographies archivistiques des articles sur ce sujet. Je ne crois pas qu'il ait été jamais à l'ordre du jour d'un Congrès international d'Archives et ce ne fut que l'an dernier qu'il fut le thème des Rencontres annuelles de la Table ronde internationale des Archives, qui se tint au Canada. L'état de développement assez primitif de cet aspect des fonctions des Archives apparut clairement quand 40 participants seulement s'avèrent capables de répondre au questionnaire détaillé qui circulait dans l'assemblée, et ils furent nombreux à ne pas pouvoir répondre à certaines questions. Cependant, tous ceux qui répondirent reconnurent l'importance du sujet et indiquèrent qu'ils espéraient bénéficier de l'expérience des autres pays.

Le terme de 'relations publiques' paraît communément s'appliquer à la promotion de produits ou de services commerciaux, et il peut sembler inopportun de rapporter cet objectif à des Services culturels. Et pourtant, les Archives ont, pour employer le jargon commercial, un produit à vendre. Ce n'est pas moins que l'héritage documentaire de nos pays respectifs, l'enregistrement de l'expérience humaine, le souvenir collectif de l'humanité. Les archives sont le matériau brut de l'histoire; elles peuvent contribuer à former l'identité et l'unité nationales ; elles assurent la continuité à travers les générations. Elles ne contiennent pas seulement des informations précieuses : bien mieux, par leur caractère d'archives uniques et authentiques, elles ont le pouvoir de frapper l'imagination, de provoquer une identification personnelle avec le passé, de ressusciter le passé comme des livres ne sauraient le faire. Malgré cela les Archives ne sont ordinairement que le parent pauvre du budget ; elles sont

sous-utilisées, si l'on **excepte** un **cercle** de chercheurs relativement restreint ; elles ne jouent pas un **rôle** essentiel dans la **communauté sociale** ; elles touchent peu le grand public et sont **également** peu mises à contribution dans le **système** scolaire où leur influence devrait avoir le meilleur effet. Les relations publiques ne peuvent pas retourner cette situation **mais** elles constituent un moyen d'informer de l'importance des Archives les responsables de la politique nationale et de l'attribution des **crédits**, **d'élargir** le soutien **apporté** aux Archives, de faire **connaître** aux chercheurs les sources et les services qui sont à leur disposition, de faire partager au public le frisson et le sens de la recherche que peut donner le contact des archives, de faire de l'histoire une discipline vivante dans l'instruction de nos enfants. Ces objectifs justifient **sûrement** que les Archives se soucient de relations publiques.

Il faut **définir** les relations publiques. Au sens strict, elles se bornent à la **publicité**, à l'usage des **médias** ; au sens le plus large, elles incluent toutes les **relations avec le public**, y compris la communication de documents aux chercheurs et la **réponse** aux demandes **écrites** de renseignements. J'emploie le terme pour désigner **tous les** biais par lesquels les Archives informent le monde **extérieur** de leur travail, de leurs fonds et collections, de **leurs** services, et montrent ou font **connaître** leurs documents à la **communauté** toute **entière** ou à certaines de ses catégories.

La Table ronde **d'Ottawa** a **considéré** les relations publiques sous quatre rubriques : la **publicité**, les publications, les expositions et les services **éducatifs**. Le rapport du **Secrétaire** contient l'analyse des questionnaires **renvoyés**, de nombreuses statistiques et des exemples d'initiatives **particulières** prises dans divers pays. Les procès-verbaux portent un **résumé** des discussions et des conclusions **élaborées** au sujet de ces thèmes. J'attire votre attention sur ces rapports.

Je voudrais **aborder** le sujet d'une manière quelque peu **différente** en centrant notre intérêt sur la **catégorie** de public que vise cette information. Quoiqu'il y ait des chevauchements, je propose de **considérer** quatre **catégories** distinctes : le gouvernement, les chercheurs, le grand public et l'enseignement. **Considérons** les successivement.

1. **Le** gouvernement. Si les archives doivent jouer un **rôle réel** dans la **société**, elles doivent disposer du personnel **approprié**, des moyens, des **équipements** et des **crédits** suffisants.

Pour obtenir ces moyens, les Archives doivent affronter les demandes **concurrentes** des Services de l'**Architecture**, des Routes, de la Sante, de l'Instruction, de la Defense et d'autres secteurs sociaux, sans oublier les demandes des autres Services culturels tels que les bibliothèques ou les musées.

Les responsables des affectations budgétaires - ministres et fonctionnaires des Finances - doivent **être** convaincus du bénéfice qui **résulte** des **dépenses** en matière d'Archives ; ils doivent **être** convaincus que les Archives ne sont pas un colifichet frivole ou un luxe mais qu'elles rendent des services essentiels au gouvernement et au public. Le meilleur moyen d'y parvenir réside naturellement dans le **projet** annuel de finances ou budget. Chaque gouvernement a ses propres **méthodes** et ses agencements pour ses budgets mais il essaie ordinairement **d'améliorer** leur présentation et les Archives doivent **être** les premiers services à adopter les modifications **suggérées**. Les chapitres budgétaires, tels que les salaires, les matériels, etc., **tendent à être** remplacés par un 'PPB' (***Program Planning and Budgets***) qui **énonce** le but d'un programme et les bénéfices qu'on en escompte. Le plan **à** long terme qui **porte** des financements raisonnables pour parvenir **à** des **résultats** souhaitables a aussi son efficacité. Il est important de développer une réputation de **crédibilité**, de précision et d'efficacité. Un certain opportunisme est de mise pour associer les Archives à la politique et aux programmes du gouvernement. S'intéressant au **développement** urbain et aux transports, **elles** peuvent avoir une **position-clé** pour recevoir des cartes, des plans, des dessins d'architectes, des photographies et des documents relatifs aux transports ; la **possibilité** d'employer des étudiants l'**été** peut suggérer des **projets** avantageux dans le **domaine** des Archives. Au Canada, l'inflammation de vieux films a incité **à établir** un service national d'archives cinématographiques et l'**intérêt** porté à l'histoire orale a fait **établir** un service national des documents **sonores**. Si les **départements** ministériels n'ont pas de **système** de classement valable, il revient aux Archives de prendre l'initiative de le **créer**. Les **résultats**, présentés en termes d'économies et d'**efficacité** accrues, devraient convaincre l'homme politique le plus positif.

Un autre biais pour informer et influencer les **décideurs**, c'est le rapport annuel qui peut **être** distribué à chaque membre du Parlement. On peut '**éduquer**' le ministre responsable des Archives en l'invitant **à** inaugurer des expositions ou **à** s'adresser aux participants de **congrès**, où il lit des discours que l'archiviste lui a préparés.

On doit s'efforcer de développer la coopération **avec** les services administratifs. Le meilleur moyen réside dans la gestion des archives : il **convient** de prodiguer des conseils, d'apporter de l'aide et de donner des **cours** aux fonctionnaires chargés d'archives. Il peut **être** utile de faire des visites pour souligner l'**utilité** des archives un peu anciennes pour des opérations courantes et les services que peuvent rendre les Archives à cet **égard**. Les Archives peuvent **également** faire des **recommandations** aux bureaux à propos de commémorations **d'événements** intéressants ou des suggestions pour des émissions de timbres commémoratifs, **mais** ce sont des **façons** mineures de démontrer au gouvernement la valeur des archives ; il en est de **même** des invitations qu'on adresse à des personnalités ou à des groupes **d'électeurs** pour faire des visites ou des excursions.

Les **méthodes** varieront de pays à pays selon les circonstances **mais le but** est le **même** : démontrer à **tous** les échelons du gouvernement l'**intérêt** des archives et convaincre que les **dépenses** faites pour les Archives sont un bon investissement.

2. Les chercheurs. Les archives étant recueillies et conservées en raison de leur caractère informatif, **c'est** leur **utilité** pour la recherche qui justifie principalement l'existence des Services d'archives. **Jusqu'à** un certain point, les chercheurs constituent un public obligé puisque, pour **consulter** les documents dont ils ont besoin, ils doivent fréquenter les Archives. Il est nécessaire d'avoir un bon service des renseignements **mais** encore d'informer les lecteurs potentiels des archives disponibles au public. L'ensemble des publications archivistiques **constitue** une **forme** d'aide à la recherche : **cela** va du répertoire collectif des archives privées **conservées** dans l'ensemble des Services **d'Archives** du pays, au guide des fonds et collections d'un Service, à des instruments de recherche analysant des unités archivistiques ou à des répertoires **détailés** de séries d'archives publiques, d'archives **privées**, ou encore à des inventaires de cartes, de photographies, d'enregistrements **sonores** ou de films. Les instruments de recherche **très détaillés** ne sont pas publiés et ne sont consultables aux Archives que **sous forme** de textes dactylographiés ou **ronéotypés**, voire de fichiers sur cartes. Le frein que connaissent les publications, **c'est** leur **coût** et la clientèle restreinte ; une **manière** relativement économique de diffuser les instruments de recherche **consiste** à les microfilmer et à en vendre des tirages, en bobines ou en microfiches, aux universités nationales ou **étrangères** où des lecteurs potentiels pourront les **consulter**. En tous cas, on doit tout faire pour informer des archives du Service les personnes qui s'y intéressent.

Il y a d'autres **façons** encore d'aider la recherche : il s'agit des **prêts** inter-bibliothèques de microfilms ou du dépôt de microfilms dans des Services régionaux, ce qui permet aux chercheurs de se dispenser d'un voyage au Service central. Outre les instruments de recherche, d'autres types de publications sont utiles aux chercheurs **intéressés** par les archives ; par exemple, la publication de documents choisis peut offrir un complément aux recherches et servir à l'enseignement.

On peut employer d'autres **méthodes** pour promouvoir l'usage des archives aux fins de la recherche : il s'agit de contacts **avec** les professeurs d'histoire à propos de thèmes de recherche pour les étudiants, de visites dans les **universités** pour présenter les Archives, de visites d'étudiants dans les Services **d'Archives, complétées** par des conférences, des projections de films ou de diapositives, de la distribution de rapports annuels et de **listes** d'accroissements auprès des bibliothèques universitaires ou publiques ou auprès des bureaux concernés et **enfin** de la diffusion de bulletins d'information dans la communauté universitaire.

Il faut garder à l'esprit qu'offrir un excellent accueil aux chercheurs est une obligation fondamentale et, **soit** dit en passant, une communauté universitaire bien **informée** et **intéressée** constitue traditionnellement, en dehors du gouvernement, le meilleur soutien pour les programmes des Archives.

3. Le grand public. C'est le secteur que les Archives ont le plus **négligé** dans le passé. On justifie cette négligence en disant que seul un petit groupe de chercheurs **s'intéresse** aux archives et qu'il n'est pas utile de faire de la **publicité** auprès d'eux. Ce raisonnement omet que l'opinion et le soutien du public sont importants, et, **également**, que les Archives peuvent rendre de grands services au public en général. C'est sur ce point que les organes de communication peuvent **être** particulièrement utiles. Considérons-les tour à tour.

- a. Les **journaux**. A moins d'être payante, une information n'est publiée que si elle le mérite. Les annonces **intéressantes** peuvent concerner les expositions, surtout si elles sont inaugurées par des **personnalités** importantes, les acquisitions notables, des aspects des Archives ou bien des documents d'archives portant sur des événements importants ou locaux.
- b. **Les périodiques**. Leur effet est moins certain mais, à l'occasion, des articles sur les Archives peuvent trouver une large audience comme ce fut le cas de ceux qui, dans le Reader's *Digest* et les magazines de weekend, **traitèrent** des Archives publiques du Canada et touchèrent plusieurs

millions de lecteurs. Des rubriques régulières sur les Archives dans les revues historiques ou pédagogiques ont leur utilité.

- c. **Les ouvrages** destinés au grand public sont un moyen intéressant pour stimuler l'attention du public et lui faire connaître les archives. Les recueils de documents choisis n'ont pas grand attrait pour le public mais, s'ils sont bien illustrés ou s'ils consistent avant tout en illustrations (tableaux, photographies) réunies autour de thèmes historiques ils peuvent devenir des best-sellers. Certains Services d'Archives - c'est le cas au Canada et en Grande-Bretagne - ont passé des accords de coopération avec des maisons d'édition qui permettent une large diffusion, à peu de frais pour les Archives.
- d. **La radio.** C'est un moyen d'information que la plupart des Services d'Archives pourraient utiliser avec le meilleur effet, surtout pour des récits fondés sur les archives et présentant un intérêt général. Certaines activités alimentent en archives des émissions régulières de cette nature.
- e. **La télévision.** C'est elle qui a le plus grand impact sur le grand public mais les Archives s'en servent peu, sauf en Biélorussie, en Pologne dans une moindre mesure, et au Canada, où un programme de télévision est régulièrement consacré aux archives et où photographies et films sont très employés dans les programmes toujours plus nombreux qui traitent de questions historiques. Mentionnons aussi que des court-métrages sur les Archives ont été réalisés en France, en Russie et en Pologne et sont montrés au grand public.
- f. **L'exposition** est probablement le moyen le plus général et le plus efficace que l'on ait pour apporter les archives au public. Plusieurs services d'Archives ont des expositions permanentes, comme le Musée de l'Histoire aux Archives nationales en France, ou la Salle d'exposition des Archives nationales à Washington, qui attire 800.000 personnes par an. Le plus souvent les expositions exhibent des documents manuscrits ou dactylographiés portant sur un thème particulier mais l'on présente aussi des documents iconographiques provenant des archives. Parfois, et notamment au Canada, on élabore des expositions itinérantes qui circulent largement dans le pays et qui, au moyen de reproductions, sont présentées dans les centres commerciaux et dans d'autres lieux où le public afflue. On considère les expositions comme la meilleure forme de publicité pour les Archives et elles contribuent aussi à accroître l'intérêt du public pour l'histoire, elles permettent enfin à nombre de personnes de voir des documents d'archives.

On peut encore faire connaître les archives par la vente de fac-similés, de diapositives, de cartes postales représentant des archives intéressantes ou des documents iconographiques.

Des opérations périodiques de 'portes ouvertes', ouvrant le Service d'Archives au public pour un soir, offrent un autre moyen de stimuler l'attention et l'intérêt du public. Finalement l'emploi de campagnes publicitaires peut être très fructueux. La Pologne nous en donne le meilleur exemple : tous les cinq ans s'y déroule une semaine des Archives, signalée par la publicité, des conférences, des films, des publications, afin d'attirer l'attention de la communauté sociale sur l'importance des Archives.

4. Les services éducatifs. L'emploi et l'impact les plus étendus, en fin de compte, qu'ont les Archives, en termes de quantité et d'efficacité, résident dans l'enseignement de l'histoire au sein des établissements scolaires. Plusieurs expériences ont eu lieu dans maints pays mais cet aspect reste le principal défi posé aux Services d'Archives desireux de jouer un rôle important dans la société. Jusqu'à présent, le service éducatif a surtout consisté à faire visiter

les Archives par des groupes d'étudiants. A cet égard, l'œuvre des Archives nationales et des Archives départementales, en France, a été prééminente. Les Archives nationales ont, à plein temps, une équipe de quatre professeurs qui organisent des visites pédagogiques au Musée des Archives et présentent des portefeuilles contenant des reproductions de documents. Par ailleurs, on peut faire employer dans toutes les écoles des reproductions d'archives comme méthode ordinaire d'enseignement historique. On a fait des expériences en Irlande et dans d'autres pays mais, jusqu'à présent, les coûts et les difficultés rencontrées pour obtenir la coopération des écoles ont empêché l'emploi général des documents d'archives. Contrairement aux objets conservés dans les musées, les archives ont l'avantage de pouvoir se reproduire exactement et abondamment pour des coûts relativement modestes. Si l'on utilisait des ensembles d'archives choisies comme compléments normaux des matériels pédagogiques, cela n'augmenterait guère le coût de la pédagogie mais pourrait introduire une révolution dans l'enseignement de l'histoire. En dehors de la distribution de fac-similés choisis, on peut attendre un très bon résultat des séries de diapositives de documents, d'illustrations ou de cartes ; on a aussi essayé le microfilm ou la microfiche en couleurs à l'usage des classes. Dans ce domaine, d'importants développements devraient se produire prochainement.

On voit que la question des relations publiques n'en est qu'à un point de développement relativement modeste mais le potentiel, qui est important, s'accomplit en efficacité et en impact accrus des Archives au sein de la société toute entière. Autrefois, on avait l'impression que les relations publiques, par leurs aspects divers, étaient une coûteuse coquetterie que seuls pouvaient s'offrir les Services d'Archives les plus prospères. Il est vrai que certaines formules telles que des publications abondantes, des expositions ambitieuses et des publicités payantes peuvent faire de grosses dépenses mais une bonne partie de ces manifestations peuvent se faire à petits frais. On peut alléguer, en fait, que les Services d'Archives qui ont le plus grand bénéfice à attendre des relations publiques sont les moins développés et donc ceux qui nécessitent des moyens que leur utilité étendue à la communauté entière peut justifier plus facilement qu'une utilité restreinte. C'est en grande partie une question d'attitude : si un archiviste est extraverti et non introverti, actif plutôt que passif, s'il souhaite qu'on exploite au maximum les archives qu'il conserve, s'il est inspiré par la perspective de transmettre l'héritage du passé, directement et indirectement, à chaque génération, il trouvera alors dans ses ressources le moyen de démontrer la valeur des

archives, en adaptant le moyen aux circonstances particulières qu'il connaît et en prouvant que les archives méritent un plus grand soutien public à cause des services réels qu'elles rendent.

Tiré de : WALNE, Peter. *Techniques modernes d'administration des archives et de gestion des documents: recueil de textes*. Paris : Unesco, 1985, 614 pages (PGI-85/WS/32)