

## **Manum, le manuel numérique pour les sciences sociales**

**Théodora Balmon**

**Danièle Becdelièvre**

**Nathalie Clot**

**Gildas Illien**

Sous la direction de Jean-Michel Salaün, Directeur du groupe de recherche sur les services d'information (GRESI) et Institut des sciences du document numérique (ISDN),  
et de Pierre Le Loarer, Directeur du Centre de Documentation, Chargé de mission Tice, Institut d'études politiques de Grenoble

# Sommaire

<b>INTRODUCTION ET MÉTHODOLOGIE.....</b>	<b>5</b>
1. Le cadre institutionnel et la problématique de l'étude	6
1.1. Les Campus numériques .....	7
1.2. Le projet MANUM « Des manuels numériques pour le premier cycle » .....	8
2. Méthodologie et itinéraire de la recherche	10
2.1. La définition de la cible et du périmètre de la recherche.....	10
2.2. La mise en place d'un dispositif commun de recherche et d'évaluation des sites .....	10
2.2.1. Analyse du jeu des acteurs .....	11
2.2.2. Protocole de la recherche documentaire .....	12
2.2.3. Grilles d'analyse, définition de trois modèles et sélection de sites exemplaires.....	13
2.3. L'analyse et la présentation des résultats finaux .....	14
2.3.1. Des grilles d'analyse approfondie communes .....	14
2.3.2. Des approches nécessairement différenciées .....	14
<b>PARTIE 1 : MANUM DANS LE CONTEXTE DE L'ÉDITION COMMERCIALE .....</b>	<b>16</b>
1. Grilles d'analyse de sites	16
1.1. Grille d'analyse du site de Pearson Education .....	16
1.2. Grille d'analyse du site de Thomson Learning .....	20
1.3. Présentation de Pearson Education et de Thomson Learning .....	22
1.4. Pearson Education : activités et chiffres clés .....	23
1.5. Thomson Learning : activités et chiffres clés .....	25
2. Les perspectives du marché mondial	26
2.1. Pearson Education : analyse du marché de la formation.....	26
2.2. Thomson Learning : analyse du marché de la formation .....	26
3. Les investissements	27
3.1. Pearson Education : stratégie d'acquisitions .....	27
3.2. Thomson Learning : acquisition et association .....	28
4. Les produits et services	29
4.1. CourseCompass ou le manuel numérique selon Pearson (URL : < <a href="http://www.coursecompass.com">http://www.coursecompass.com</a> >) .....	29
4.1.1. Fonctions .....	29
4.1.2. Technique .....	30
4.1.3. Accès.....	30
4.1.4. Gestion des droits.....	31
4.2. TextChoice ou le manuel numérique selon Thomson : fonctions, technique, accès, tarifs, droits.....	31
4.3. Essai du CourseCompass de Pearson .....	32
4.3.1. Approche du CourseCompass .....	32
4.3.2. Résultats du CourseCompass.....	32
5. Conclusions sur le modèle éditorial	33

**PARTIE 2 : FATHOM KNOWLEDGE NETWORK INC. .... 35**

1. Grille de présentation générale	35
2. L'organisation de Fathom Knowledge Network Inc. : un modèle "privé-public"	39
2.1. Genèse du projet	41
2.2. Organisation	42
2.2.1. L'administration de Fathom	43
2.2.2. Les instances de validation intellectuelle	43
2.2.3. Conclusion	44
2.3. Associés et partenaires du consortium Fathom	44
2.4. Les premiers résultats ne sont pas à la hauteur des espérances... ni des investissements	45
3. Une étude de cas : l'exemple des sciences politiques sur Fathom.com	46
3.1. Méthodologie de l'étude	46
3.2. Résultats	46
3.2.1. Identification et inscription	46
3.2.2. Organisation des contenus	47
3.2.2.1. <i>Contenus propres au e-learning (Course Directory)</i>	47
3.2.2.2. <i>Autres types de contenus complémentaires (Learning Centers)</i>	47
3.2.3. Résultats propres aux sciences politiques	48
3.3. Bilan de l'étude de cas	50
4. Conclusions sur le modèle « privé-public »	50
4.1. Fathom aujourd'hui	50
4.2. Enseignements du modèle Fathom pour le projet Manum	51

**PARTIE 3 : MERLOT ..... 53**

1. Le modèle coopératif de Merlot	53
1.1. Grille d'analyse du site de Merlot	53
1.2. Présentation générale	56
2. Les acteurs et leurs interactions	57
2.1. Les instances de coordination et de contrôle du site	58
2.1.1. Fonctionnement	58
2.1.2. Le conseil d'administration ( <i>Project Directors' Council</i> )	59
2.1.3. Le conseil scientifique ( <i>Transition Advisory Board</i> )	60
2.1.4. L'équipe de direction ( <i>Administrative Team</i> )	60
2.1.5. Les comités éditoriaux et d'évaluation ( <i>Peer review Editorial Boards</i> )	60
2.2. Les « communautés de disciplines » et le protocole d'évaluation des sites	60
2.2.1. Le « <i>peer review</i> »	62
2.2.2. Le compte rendu pédagogique ou « <i>learning assignment</i> »	62
2.3. Les auteurs et créateurs des sites signalés	63
2.4. Les utilisateurs et la fréquentation du site	64
2.4.1. Qui sont-ils ?	64
2.4.2. Le répertoire des membres	65
2.4.3. Les modes de participation des membres au fonctionnement du site	65
2.4.4. La fréquentation du site	65
3. Une étude de cas : L'exemple des sciences politiques	66

3.1. Méthodologie de l'étude de cas .....	66
3.2. Résultats de l'étude de cas .....	67
3.2.1. Identification et inscription.....	67
3.2.2. Contenus numériques .....	67
3.2.2.1. <i>Statut des sites, origine et diversité des auteurs</i> .....	67
3.2.2.2. <i>Typologie des documents et des supports</i> .....	68
3.2.2.3. <i>Actualité, renouvellement et maintenance du site</i> .....	70
3.2.3. Bilan de l'étude de cas .....	71
3.2.3.1. <i>Points négatifs</i> : .....	71
3.2.3.2. <i>Points positifs</i> :.....	71
4. Conclusions sur le modèle coopératif .....	72
<b>CONCLUSION GÉNÉRALE.....</b>	<b>75</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE SÉLECTIVE .....</b>	<b>79</b>
<b>TABLE DES ANNEXES .....</b>	<b>85</b>

## ***Introduction et méthodologie***

Ce mémoire a été rédigé dans le cadre du module d'initiation à la recherche en sciences de l'information qui est organisé pour les élèves-conservateurs au cours du premier semestre de leur formation à l'enssib. La formulation exacte du sujet de recherche proposé en était : « *Etat de l'existant des pratiques universitaires numériques dans les universités anglo-saxonnes en matière de supports de cours ou de ressources documentaires associées à un cours* ».

Il répond à deux objectifs : présenter la stratégie de recherche et la démarche méthodologique qui ont été adoptées par le groupe d'élèves-conservateurs chargés de traiter le sujet qui était proposé par les responsables du projet MANUM ; répondre précisément aux demandes formulées en s'efforçant de présenter les résultats de telle sorte qu'ils soient directement et rapidement exploitables par les commanditaires de l'étude.

Sans être contradictoires, ces deux démarches sont assez différentes et s'adressent à des lecteurs qui n'ont pas les mêmes attentes. Dans un cas, en effet, il s'agissait d'abord de décrire et de justifier un itinéraire de recherche qui s'est nourri des enseignements dispensés au cours de la formation à l'enssib. Dans l'autre, et dans la perspective d'une étude de faisabilité tribunaire d'un calendrier bien déterminé, on devait avant tout s'attacher à collecter un maximum d'informations pertinentes et à organiser les résultats à l'intérieur d'un cadre pré-existant destiné à comparer les données recueillies par les élèves-conservateurs et celles que les partenaires de MANUM avaient déjà réunies.

Afin d'éviter la confusion des genres, on a pris parti de décrire dans cette introduction le cadre général et les enjeux du projet MANUM ainsi que la démarche méthodologique qui a été mise en œuvre : ces explications sont relativement périphériques pour les partenaires de MANUM, notamment les éditeurs, qui connaissent déjà fort bien les données du problème. Leur intérêt se portera sans doute davantage sur le cœur du document, structuré en trois études de cas, et qui découle de la méthodologie exposée en introduction, mais ne revient pas sur ses présupposés ni sur ses limites. Ces études de cas assorties de grilles d'analyse constituent la contribution du groupe à l'étude de *benchmarking* commanditée par MANUM. La synthèse présentée en conclusion dégage des données rassemblées quelques pistes d'analyse plus approfondie.

## **1. Le cadre institutionnel et la problématique de l'étude**

Des études, institutionnelles ou non, fournissent des chiffres différents, en fonction des critères retenus, mais toutes s'accordent sur le pronostic d'une croissance rapide et importante du marché mondial de la formation à distance. Ce d'autant plus qu'il part de très bas. Par exemple, selon les chiffres d'un cabinet d'études américain, IDC, ce marché devrait atteindre 40 milliards de dollars aux Etats-Unis, et 4 milliards de dollars en Europe de l'ouest, d'ici 2004<sup>1</sup>. Cette croissance des services liés à la formation et à l'éducation s'insère dans la tendance générale de croissance des activités de services. Dans les pays de l'OCDE, en particulier, les services contribuent pour plus de 70% au produit intérieur brut tandis que les produits industriels représentent, désormais, moins de 20% de la création des richesses. Les deux secteurs deviennent cependant de plus en plus reliés, du fait de la présence incontournable de l'informatique et du rôle d'Internet.

Des pays tels que les Etats-Unis, la Nouvelle-Zélande, l'Australie, le Canada, le Royaume-Uni constituent, à la fois, les principaux fournisseurs de services de formation par la voie du numérique sur leur territoire et les principaux exportateurs de services de formation à distance. La problématique pour la France est d'une part de rattraper son retard par rapport aux autres pays européens et occidentaux, d'autre part de prendre sa part dans ce marché mondial de la formation.

La France multiplie les efforts, en particulier, depuis 1997 et la mise en place du Plan gouvernemental d'action pour la société de l'information, pour intégrer les technologies de l'information et de la communication dans l'enseignement. Cependant, ces efforts restent insuffisants comparés aux moyens déployés par les autres pays. Par ailleurs, des règles souvent contraignantes et le manque d'autonomie des établissements d'enseignement paraissent limiter l'efficacité de ces moyens. C'est dans ce contexte qu'ont vu le jour en 2000 les premiers « Campus numériques » mis en place par les ministères de l'Education nationale et de la Recherche afin d'encourager de nouvelles initiatives dans le domaine de la formation ouverte et à distance (F.O.A.D).

---

<sup>1</sup> AVEROUS M., TOUZOT G., Les campus numériques, enjeux et perspectives pour la formation ouverte et à distance, Rapport de mission auprès du Ministre de l'éducation nationale, du ministre de la recherche, et du délégué à l'aménagement du territoire et à l'action régionale, Avril 2002.  
Disponible en ligne : <URL : <http://www.men.gouv.fr>>

### **1.1. Les Campus numériques**

Selon le ministère de l'Education nationale, les campus numériques sont « des dispositifs de formation en modules, répondant à des besoins bien identifiés, combinant les ressources du multimédia, l'interactivité des environnements numériques et l'encadrement humain et administratif nécessaire aux apprentissages et à leur validation.»<sup>2</sup> L'objectif est « d'impulser et de soutenir une offre de formation supérieure innovante, ouverte et à distance, utilisant les nouvelles technologies de l'information et de la communication. » Il s'agit, plus précisément, de favoriser l'accès à la formation à partir de lieux distants mais aussi dans des temps et à des rythmes choisis par l'étudiant tout au long de sa vie, selon des parcours de formation rendus plus flexibles. Le projet vise également à améliorer et à personnaliser les services rendus aux étudiants en mettant l'accent sur la relation enseignant-enseigné, la valeur ajoutée étant dans la communication et les hommes plus que dans les technologies. Il doit enfin contribuer à accroître la responsabilité des étudiants : ceux-ci peuvent désormais être évalués et s'auto-évaluer en ligne de façon permanente.

Tous les champs disciplinaires sont couverts. La formation initiale, comme la formation continue sont concernées. En deux ans, 77 projets de Campus numériques français ont bénéficié d'un financement du ministère : aujourd'hui, 27 d'entre eux effectuent une étude de faisabilité (c'est le cas de MANUM) et 45 sont en phase de réalisation, dont 10 ont proposé des formations dès la rentrée 2001. Le premier appel à projets (2000) a été doté d'un budget de 2,7 millions d'euros, le second (2001) d'un budget de 8,3 millions d'euros. Les campus numériques sont toujours le fruit d'une large coopération entre des établissements d'enseignement supérieur français (200 d'entre eux sont impliqués dans le dispositif sur la base de consortiums), des établissements d'enseignement supérieur étrangers (38 partenariats), et surtout du secteur privé : 178 partenariats avec des associations ou des entreprises. MANUM, qui associe des éditeurs du secteur privé à des établissements de l'enseignement supérieur fournit un exemple de ce modèle de coopération.

Les enjeux des campus numériques sont forts puisque le ministère ambitionne, à travers cette initiative, « d'assurer la modernisation du service public d'enseignement supérieur en maintenant son niveau d'excellence dans un contexte de profond renouvellement de ses cadres ; de préparer le dispositif public d'enseignement supérieur à offrir de

---

<sup>2</sup> Sources : <http://www.educnet.education.fr/superieur> (consulté le 23/05/02)

nouveaux services pour renforcer sa place dans la société et de permettre à la France de prendre toute sa place dans un contexte de concurrence internationale accrue, même si la mise en marché de l'éducation n'est pas l'objectif. »

Dans cette perspective, les partenaires français impliqués dans le projet doivent s'attaquer à des questions juridiques, techniques et économiques d'une grande complexité, pour définir, par exemple, des normes et des standards : à enseignements diversifiés et communs à plusieurs établissements, doivent correspondre des normes et standards communs, en particulier pour valider les compétences acquises par les étudiants. L'élaboration d'un cadre juridique et réglementaire adapté pose également des difficultés : la propriété partagée des contenus et dispositifs d'enseignement entre de multiples partenaires aux statuts très divers, obéissant à des législations différentes lorsqu'il s'agit de partenaires étrangers, fait obligation aux acteurs du changement de définir le cadre juridique et réglementaire le plus propice à la modernisation de l'enseignement dans le contexte nouveau de la concurrence internationale.

### **1.2. Le projet MANUM « Des manuels numériques pour le premier cycle »**

MANUM réunit donc des partenaires publics (Université de Marne-La-Vallée, IEP de Grenoble, IEP de Lyon, enssib, ISDN (Institut des Sciences du Document numérique), Le Lentic – Université de Liège, La Documentation française) et des éditeurs privés (La Découverte, Armand-Colin, Dalloz-Dunod, Presses de Sciences-Po, De Boeck, Kleio/Larousse). Les partenaires, les objectifs et le dispositif d'enquête et d'expérimentation de MANUM sont décrits très précisément dans un document de présentation générale que l'on pourra consulter en annexe : nous ne présentons ici que certains aspects du projet qui permettent de bien situer le cadre dans lequel notre recherche s'est déroulée. Le lancement de ce projet est récent, puisqu'il a été sélectionné à l'issue du second appel d'offres lancé en 2001 : le groupe d'élèves-conservateurs de l'enssib a donc rejoint MANUM alors que le projet se trouvait toujours dans sa première phase, c'est-à-dire celle d'une étude de faisabilité. Celle-ci porte sur les conditions de réalisation de manuels numériques destinés aux étudiants du premier et du second cycle dans les disciplines des sciences sociales.

Parmi les différents campus numériques en cours de réalisation, MANUM occupe une place atypique. En effet, comme le souligne un de ses responsables, « il ne s'agit pas, à proprement parler, d'un projet d'enseignement à distance, mais plutôt d'un projet de nature transversale qui peut a priori intéresser tous les projets "Campus numériques"



puisqu'il traite des ressources documentaires (manuels et documents associés) nécessaires aux études de premier cycle. »<sup>3</sup> Les partenaires du groupe portent en effet une attention particulière à la problématique proprement documentaire de l'enseignement à distance : leur but n'est pas d'imaginer un modèle français de cours en ligne ou d'édition numérique dans le domaine didactique, ni de s'impliquer directement dans le chantier des « bibliothèques numériques ». Il s'agit plutôt de définir un ou plusieurs modèles de diffusion des ressources documentaires numériques pour les enseignements de premier et second cycle en sciences sociales. L'étude se concentre ainsi sur l'interaction entre les différents acteurs qui interviennent dans les circuits de la documentation qu'utilisent enseignants et étudiants, c'est-à-dire qu'elle s'intéresse aux supports de cours –aux manuels : « Le projet entend s'attacher, à moyen terme, à l'exploitation des corpus numériques au travers d'outils de recherche et de questionnement. Cette ambition est envisageable grâce au format numérique des documents d'une part, et au développement de logiciels d'interrogation sémantique, d'autre part. »<sup>4</sup>

On comprend que l'ambition de l'étude est de dépasser la question du changement de support des documents (numérisation de manuels imprimés) pour privilégier l'analyse des services nouveaux qui pourraient apporter une valeur ajoutée aux documents primaires produits par les enseignants ou par les éditeurs spécialisés. On comprend également qu'en envisageant de transformer ainsi les pratiques de documentation et d'apprentissage, MANUM entend proposer un nouveau modèle d'organisation pédagogique, économique, juridique et technique qui peut sensiblement modifier les relations qui existent entre les acteurs traditionnels de l'enseignement supérieur. Naturellement, une des difficultés de cette entreprise réside dans la diversité des intérêts et des objectifs de ses différents partenaires. S'agit-il de développer des services à valeur ajoutée autour d'une offre classique de manuels numériques ou classiques ? Faut-il plutôt changer totalement de modèle et créer des bases de contenus ? Dans ce second schéma, comment apprécier la capacité d'évolution des pratiques pédagogiques françaises face à l'offre de nouveaux moyens ? Plus généralement, qui produit, qui édite, qui paie dans ce nouveau modèle ? Comment repenser les relations entre les éditeurs et les acteurs du monde universitaire dans cette problématique ? Quel rôle l'Etat peut-il jouer dans la mise en place de modèle ? Voilà quelques-unes des questions qui sous-tendent le travail de MANUM et que nous nous sommes également posées dans un cadre, il est vrai, plus circonscrit.

---

<sup>3</sup> compte rendu de la réunion MANUM du 25/02/02, par Pierre Le Loarer

<sup>4</sup> compte rendu de la réunion MANUM du 24/10/01, par Pierre Le Loarer

## 2. Méthodologie et itinéraire de la recherche

### 2.1. La définition de la cible et du périmètre de la recherche

Dans cette première phase de MANUM, les responsables du projet se sont fixé des objectifs échelonnés en deux temps : dresser d'abord un état de l'existant, développer ensuite un prototype de manuel numérique destiné à l'expérimentation. L'étude de l'état de l'art consiste, pour une part, à analyser les stratégies, projets et réalisations des éditeurs s'adressant au public universitaire et s'étant engagés dans des projets d'édition numérique ; d'autre part, à évaluer au moyen d'enquêtes les pratiques étudiantes et professorales en matière d'utilisation des ressources documentaires afin de pouvoir déterminer les conditions concrètes d'une expérimentation.

Notre recherche s'insère très précisément dans l'analyse du premier point de cet état de l'art : l'objectif était en effet de trouver dans la « jungle » d'Internet des exemples étrangers de sites qui répondaient aux critères de sélection de MANUM et de proposer une analyse approfondie de quelques-uns d'entre eux choisis pour leur caractère exemplaire. Cette démarche visait à identifier à travers la littérature professionnelle (sous forme imprimée et électronique) et à travers la consultation de services les « modèles d'offres de contenus et services numériques » les plus significatifs. Comme le souligne Pierre Le Loarer dans un compte rendu de réunion MANUM, « cette notion de modèle recouvre ici à la fois l'organisation des contenus et le modèle économique de distribution et de vente de ces contenus ». L'étude devait aboutir à la définition d'une typologie présentant ainsi plusieurs modèles différenciés pouvant servir d'exemples ou de contre-exemples aux commanditaires.

La démarche retenue s'inspire d'une pratique courante en marketing, le *benchmarking*, qui consiste à mettre au « banc d'essai » un projet ou une idée neuve en réalisant une évaluation comparative de modèles similaires et déjà opérationnels dans des pays étrangers. Si l'on s'est efforcé de suivre une méthodologie rigoureuse, on a cependant gardé à l'esprit que l'objectif final de l'étude n'était pas de prétendre à l'exhaustivité mais de repérer des indicateurs efficaces et des exemples concrets pour l'aide à la décision.

### 2.2. La mise en place d'un dispositif commun de recherche et d'évaluation des sites

A partir des objectifs ainsi définis, nous avons élaboré une méthodologie de travail en quatre temps : procéder d'abord au repérage des acteurs (réflexion sur le circuit de

production, de diffusion et d'utilisation des manuels), mettre au point ensuite une approche commune pour la recherche sur Internet (applications de la recherche documentaire électronique), constituer une grille d'analyse permettant d'effectuer un premier tri des résultats (définition de critères d'évaluation de sites Web), proposer enfin des méthodes d'évaluation plus fines pour l'analyse approfondie des sites retenus (approches qualitatives des contenus et analyse organisationnelle du jeu des acteurs). Les solutions retenues pour chacune de ces étapes ont été discutées avec les responsables de MANUM et validées par eux à mesure que nous progressions dans notre réflexion. Nous présentons ici les grandes lignes des différentes étapes suivies.

### 2.2.1. Analyse du jeu des acteurs

Un premier balayage de sites publics ou commerciaux nous a conduit à identifier plusieurs types d'acteurs qui, dans le monde anglo-saxon (principale cible de l'étude) interviennent ou sont susceptibles d'intervenir dans le processus d'édition et de diffusion en ligne de supports de cours et de ressources documentaires associées :

- les enseignants, chercheurs et documentalistes des établissements d'enseignement supérieur, qui participent à des projets où les ressources documentaires numériques peuvent être utilisées dans le contexte ou en complément de l'enseignement présentiel;
- les bibliothécaires, chercheurs et documentalistes qui, depuis leur établissement de rattachement ou à travers des structures associatives ou fédératrices s'intéressent au sujet et réalisent un important travail de signalement, d'information et de réflexion autour de l'enseignement à distance et des ressources documentaires associées (portails, listes de discussion, etc.) ;
- les éditeurs (parmi lesquels on peut distinguer les éditeurs généralistes proposant une gamme de produits didactiques et les éditeurs spécialisés en didactique ou dans les domaines concernés tels que le droit) ;
- des sociétés commerciales qui se spécialisent dans l'enseignement à distance sans être affiliées à des institutions ou à des établissements reconnus et qui occupent plutôt le segment de la formation continue;
- d'autres sociétés commerciales qui s'apparentent à des diffuseurs, spécialisés dans la fourniture de documents en ligne et dont nous ne mesurons pas encore le rôle exact dans la chaîne économique et juridique de la chaîne éditoriale de ces produits.
- des sociétés spécialisées dans la mise en forme éditoriale et technique de documents didactiques : documents et extraits de documents en ligne, dossiers documentaires, clips, graphiques, exercices, films, etc.

- à cette liste d'acteurs, il conviendrait naturellement d'ajouter les usagers eux-mêmes, qui peuvent s'organiser pour mutualiser leurs cours, photocopiés, bibliographies, etc..

Les premiers sondages dans les sites ont permis d'observer comment la répartition des rôles et le jeu des intérêts entre les acteurs identifiés pouvait varier selon les situations et les produits. Ainsi, on a vu se dessiner d'une part, des associations entre partenaires exclusivement publics, d'autre part des partenaires privés qui s'apparentaient à des entreprises purement commerciales. La plupart du temps, il est toutefois apparu que les projets les plus importants (en volume, en visibilité, en rentabilité) s'étaient construits autour de structures mixtes (consortiums, partenariats entre universités et éditeurs par exemple). Dans ce cas en effet, les structures publiques (universités par exemple) venaient légitimer et alimenter (en contenus scientifiques et pédagogiques) des produits et services développés par des sociétés privées (éditeurs par exemple). En retour, celles-ci leur apportaient leur savoir-faire commercial et technologique. A l'issue de cette première étape, nous avons pressenti que le degré de coopération entre secteur public et secteur privé, universités et éditeurs, pouvait être un critère de distinction entre les différents modèles que nous allions être amenés à identifier.

#### 2.2.2. Protocole de la recherche documentaire

L'approche retenue au départ d'étudier les sites en fonction de leur rattachement géographique (Etats-Unis, Canada, Australie, Grande-Bretagne, etc.) s'est avérée peu pertinente dans la mesure où la recherche de sites par critères géographique aboutit généralement à des listes très longues et très hétérogènes où se retrouvent pêle-mêle des sites d'éditeurs variés, d'universités ou de sociétés qui offrent des services ou des produits en ligne. De plus, il est apparu qu'un grand nombre de consortiums proposant des cours en ligne transgressaient les frontières géographiques. Le travail de repérage des sites s'est donc organisé en plusieurs étapes que nous résumons ici :

- on a d'abord établi des listes de mots-clés pertinents tels que : *e-learning*, *distant learning*, *handbook*, *social sciences* que l'on a associés à d'autres critères permettant de mieux cibler les acteurs : *domain : edu* (pour cibler les universités) ou *publishers* (pour cibler les éditeurs) et interrogé divers moteurs de recherche de type Google ou Altavista.

- on a ensuite ciblé la recherche plus directement autour des acteurs concernés par la production de manuels dans l'enseignement supérieur en interrogeant la base ISBN sur cédérom, les annuaires d'entreprises dans le monde tels que Kompass sur le Web, puis des répertoires d'annuaires professionnels sur le Web (yellow pages, etc.)

Le croisement des différents résultats a permis d'établir une première liste de sites associant :

- un ou plusieurs des acteurs identifiés,
- un ou plusieurs descripteurs du produit ou service recherché (cours à distance, manuel numérique, ressources documentaires électroniques...),
- la mention d'un des domaines concernés (droit, science politique...).

A l'issue de cette recherche, plusieurs centaines de sites répondant aux critères retenus avaient été recensés. L'étape suivante a consisté à consulter et à sonder ces sites afin d'établir une liste sommaire des sites retenus pour leur pertinence à l'égard de MANUM.

### 2.2.3. Grilles d'analyse, définition de trois modèles et sélection de sites exemplaires

Les résultats jugés pertinents ont été saisis dans des grilles descriptives ne retenant qu'un nombre limité d'informations pour chacun des sites : langue(s), volume de contenu, tarification, statut, ancienneté, disciplines couvertes, types de services offerts.

C'est au vu de ces tableaux récapitulatifs et à l'issue de nombreuses heures de navigation sur les sites explorés que nous avons vu se détacher trois grands modèles économiques et pédagogiques de manuels numériques. Le dépouillement des données a confirmé la typologie qui nous était apparue de façon intuitive et plutôt empirique au cours de l'examen des différents acteurs. Un premier modèle, celui de « l'éditeur numérique », est essentiellement commercial : on a retenu les sites de Thomson Learning et le cas de Pearson Learning pour illustrer sa démarche et son organisation ; un second, que l'on a qualifié de « mixte », repose sur une collaboration étroite et des interactions assez complexes entre universités et éditeurs : c'est le site de Fathom qui a été choisi pour le présenter. Le troisième modèle, le modèle « coopératif » contourne le circuit éditorial classique et complète plutôt qu'il ne concurrence le modèle commercial : le site de Merlot en fournit un exemple<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> Nous avons notamment repéré : pour le modèle commercial où les mouvements de concentration ont été très importants en 2001, le site de grolieronline, sur lequel nous n'avons pas approfondi la recherche dans la mesure où sa cible principale est l'enseignement secondaire. Les deux acteurs choisis ont été des acteurs et bénéficiaires majeurs de la concentration des moyens. Pour le modèle mixte, trois projets comparables au Fathom de Columbia University auraient pu être choisis : Unext, aux ambitions comparables, Highwire Press, soutenu par Stanford University et JSTOR, soutenu par la Mellon Foundation, qui ont commencé sur une base étroite et choisi de baser leur croissance sur l'évolution de la demande. Fathom a été privilégié du fait de sa récente remise en cause qui nous a paru riche d'enseignements. Pour le modèle coopératif, Merlot est apparu comme un cas d'école se démarquant par son organisation des sites fédérateurs de ressources, à l'instar de ceux signalés sur connecttext.com, base de ressources en ligne (par exemple, en sciences sociales, sociologyonline.com).

Pour chacun de ces exemples, il restait à présenter de manière détaillée les principaux acteurs repérés, leurs stratégies, leur organisation et leurs réalisations, ainsi que les modèles de développement sous-jacents (modèle économique, mode de partenariat avec l'université, solutions techniques et juridiques...)

### **2.3. L'analyse et la présentation des résultats finaux**

#### **2.3.1. Des grilles d'analyse approfondie communes**

A ce stade de la recherche, nous avons choisi de reprendre les critères d'analyse qui avaient été déjà définis par MANUM à l'issue de l'étude qu'avait conduite Marc Minon de quatre autres sites: Ebrary, Questia, NetLibrary, et XanEdu. Dans la présentation de cette étude, Marc Minon précisait que « ces sites ne sont ni des sites d'éditeurs, ni des librairies numériques, ni des portails de revues, mais uniquement des portails agrégateurs de contenus ». Pour chacun de ces agrégateurs, il avait établi une fiche analytique présentée selon quatre axes: agrégation de contenus numériques, numérisation et sécurisation, accès, gestion des droits. Afin de faciliter la comparaison entre ses résultats et les nôtres, nous avons donc rédigé pour chaque modèle présenté une grille similaire à la sienne.

Cette approche s'est avérée assez efficace puisque pour chacun des modèles, il est apparu que cette grille permettait de rendre compte de façon synthétique et complète des points les plus saillants. Toutefois, une approche plus qualitative s'avérait indispensable en complément de cette présentation. En effet, comment rendre compte, sinon par des méthodes bien différenciées, de certaines caractéristiques de Thomson Learning (qui fonctionne à une échelle commerciale qui est sans commune mesure avec les deux autres), de Fathom (qui vise un concept « global » de e-learning) et de Merlot (qui sélectionne des liens plutôt qu'il n'agrège des contenus numérisés) ?

#### **2.3.2. Des approches nécessairement différenciées**

Ces approches différenciées ont également été dictées par des contraintes très pragmatiques et des obstacles assez classiques pour ce type d'étude. En effet, si le site coopératif de Merlot va jusqu'à publier sur son site ses rapports d'activité et d'évaluation, la transparence n'est pas monnaie courante sur des sites commerciaux comme Fathom ou Thomson Learning. Dans le premier cas, les recherches à l'extérieur du site permettaient de mesurer son degré de visibilité ou de relever des commentaires

d'utilisateurs ou de chroniqueurs du Web mais n'étaient pas indispensables. Dans le second, il s'est parfois avéré impossible d'obtenir des données chiffrées sur l'activité du groupe : il était alors nécessaire d'effectuer des recherches assez poussées à l'extérieur du site, en pistant par exemple les documents administratifs disponibles chez certains de leurs partenaires ou des articles critiques de la presse spécialisée. En tout état de cause, il est clair que nous n'avons pu réunir des informations du même degré de précision d'un site à l'autre.

Il en va de même pour ce qui concerne l'évaluation de la qualité des contenus documentaires. On observera que la description des produits est assez inégale. Cela s'explique par le fait que les cours des sites commerciaux sont naturellement payants, et parfois au prix fort, et qu'il ne nous a pas été possible d'en tester un nombre significatif. Lorsque cela était possible, il s'agissait le plus souvent d'échantillons de démonstration gratuits, dont on sait qu'ils sont généralement de meilleure qualité que les autres contenus. A l'inverse, le site de Merlot, entièrement gratuit et doté d'une base d'interrogation très bien structurée, permettait de procéder à une analyse qualitative assez poussée. Lorsque cela était possible, on s'est efforcé de comparer terme à terme ce qui était comparable. Par exemple, deux études de cas ont été menées sur le même champ d'interrogation (les sciences politiques) sur Fathom et sur Merlot. Comme elles portent sur des échantillons de taille comparable et qu'elles retiennent les mêmes critères d'évaluation (pertinence, actualité, origine des contenus, qualité de l'entretien des liens), on a pu aboutir à des résultats intéressants.

## **Partie 1 : Manum dans le contexte de l'édition commerciale**

### **1. Grilles d'analyse de sites**

Les acteurs privés dans le marché mondial de la formation : les exemples de Pearson Education et de Thomson Learning

#### **1.1. Grille d'analyse du site de Pearson Education**

<p>Pearson Education, plc  <a href="http://www.pearsoned.com">http://www.pearsoned.com</a>                  Dernière consultation : Mai 2002</p>
--

Pearson Education fait partie du groupe de communication Pearson plc. Des noms de l'édition tels que Penguin, récemment acquis, Viking, Addison-Wesley, Longman, Allyn&Bacon, Benjamin Cummings, Copp Clark et Prentice Hall donnent la mesure de l'étendue des corpus proposés par Pearson.

En matière de manuels éducatifs, la division Pearson Education concerne les publics depuis l'enseignement primaire jusqu'au 1<sup>er</sup> cycle universitaire et propose des ouvrages en 13 langues, dans le monde entier.

<b>Présentation</b>	
Origine du projet (contexte – promoteurs initiaux – date de création)	--La division pour l'Education supérieure de Pearson occupe une place prédominante dans la prestation de services éducatifs au Canada et aux Etats-Unis. --CourseCompas : le manuel numérique est lancé au début 2001, suite à la collaboration avec Blackboard et avec MetaText de NetLibrary (OCLC).
Autour de quelles compétences s'est construit le projet (techniques, éditoriales, ...)	--Pearson Education fait partie du groupe Pearson plc. Les services proposés par le groupe se fondent sur les compétences éditoriales, la richesse des contenus éditoriaux du groupe, la coopération avec d'autres groupe comme NetLibrary d'OCLC, et les techniques développées à la fois par le groupe et des prestataires extérieurs au groupe comme Blackboard, WebCT, WizeUp.
Statut (privé/public) - Actionnaires actuels (liens avec acteurs du secteur du livre – liens avec sociétés IT)	--Privé --Les ventes de Pearson s'élèvent en 2001 à 6,169 milliards de dollars. -- Liens avec MetaText (NetLibrary d'OCLC) -- Liens avec Blackboard
<b>« Proposition commerciale »</b>	
Positionnement - Place dans la chaîne de diffusion (prestataire technique de numérisation, agrégateur de contenu pour la diffusion)	--Editeur et prestataire de plates-formes d'outils éducatifs, pour les institutions, pour les enseignants, pour les étudiants.



Cible(s) (bibliothèques, enseignants, étudiants, et quel(s) niveau(x)/discipline(s))	<p>--Le premier cycle de l'enseignement supérieur est la cible privilégiée. De nombreuses disciplines en sciences sociales et dans d'autres domaines sont concernées, étant donné l'étendue du groupe et son potentiel éditorial.</p> <p>--Les enseignants sont des destinataires privilégiés des services de Pearson, notamment parce qu'ils sont des prescripteurs de premier plan pour les étudiants, et sont aussi des médiateurs pour d'autres enseignants et pour les institutions de l'enseignement supérieur.</p>
Services proposés aux utilisateurs/clients	<p>--CourseCompass (URL :&lt;<a href="http://www.coursecompass.com">http://www.coursecompass.com</a>&gt;) se veut une version améliorée de Blackboard, plus souple, plus individualisée, un outil de production et de gestion des cours pour chaque professeur.</p> <p>--Le système est hébergé à l'échelon national par Pearson et ne dépend pas d'une installation en local.</p> <p>Cependant si l'université dispose de Blackboard, l'enseignant doit utiliser la plate-forme Blackboard, sauf s'il s'agit d'une version ancienne de Blackboard.</p>
Services additionnels (possibilités d'annotation, outils de travail collaboratifs, ...)	<p>-- Annotation, surlignement, travail collaboratif, tests, exercices.</p> <p>--Cahiers de notes et des « performances » des étudiants automatisés.</p> <p>--Statistiques automatisées.</p>
Nature du contenu diffusé : livres spécialisés, manuels, documents de références, articles, presse quotidienne ou magazine, documents audio/vidéo, ...	<p>--CourseCompass propose des contenus des manuels des maisons d'édition du groupe. Des ouvrages complémentaires électroniques « eBook » sont également disponibles. A ce jour (avril 2002) des centaines de titres sont disponibles dans les domaines de la gestion, des sciences de l'ingénieur, des mathématiques, des sciences, des arts et lettres classiques, des sciences sociales.</p>
Définition du contenu : texte intégral – références – liens utiles	-Textes intégraux, extraits de manuels
Volume de contenu proposé	--Plusieurs centaines de titres à destination du premier cycle universitaire dans les différentes disciplines.
Origine du contenu (principaux éditeurs concernés, ...)	<p>--Les éditeurs du groupe Pearson Education : Addison Wesley, Allyn&amp;Bacon/Longman, Benjamin Cummings, Prentice Hall, Pearson Education International.</p> <p>--Les contenus créés par l'enseignant. A noter : le CourseCompass peut n'être fait que de contenus réalisés par l'enseignant.</p>
Langues proposées	Anglais, essentiellement, mais d'autres langues sont disponibles.
<b>Pédagogique</b>	
Relations avec les universités	Propose des outils de production et de gestion des cours aux institutions tels que la plate-forme Blackboard qui est une installation en local.
Services proposés aux professeurs	<p>--LiveText services : se veut un outil d'assistance pour les enseignants en formation ou non, dans l'environnement changeant de la pédagogie actuelle, notamment l'environnement technique.</p> <p>-- TestGen : logiciel gratuit permettant d'utiliser la banque de données de tests de Pearson pour créer des tests dans les CourseCompass, en plus de ceux déjà inclus.</p> <p>-- etc.</p>
Présence d'une plate-forme (Webcity, Blackboard, Learning Space...)	Blackboard Web CT

Autres outils	--Textbook Companion Website pour accompagner les manuels, pour les étudiants : libre d'accès. --Produits de la même famille : Text Enrichment Sites qui complètent des manuels spécifiques et sont protégés par des codes d'accès, Disciplines SuperSites, protégés par des codes d'accès payants.
<b>Économique</b>	
Modèle économique retenu : type de flux financiers (qui paye quoi ?) et sens des flux financiers	Dans le système CourseCompass, ce sont les étudiants qui achètent les cartes de code d'accès aux contenus des manuels numériques (système B2C) ou un ensemble comprenant carte de code d'accès et un manuel sur support papier.
Relations commerciales avec les ayants droit (éditeurs, ...)	Pearson fournit les contenus de ses maisons d'édition.
Relations commerciales avec les utilisateurs/clients aval : bibliothèques, profs ou universités, étudiants (modèle B2B ou B2C ?)	--Le CourseCompass est gratuit pour l'enseignant. --Dans le système CourseCompass, ce sont les étudiants qui achètent les cartes de code d'accès aux contenus numériques (système B2C). Les étudiants peuvent acquérir : (i) une carte de code d'accès au CourseCompass sans le manuel auprès du libraire du campus. Le prix de cette carte d'accès est d'environ 25 US\$ plus les taxes locales selon les indications de Addison Wesley, mais ce prix varie selon les titres. (ii) un ensemble comprenant à la fois la carte de code d'accès au CourseCompass et le manuel neuf, à un prix avec remise. (iii) dans le cas d'un manuel correspondant au cours et acheté d'occasion, une nouvelle carte de code d'accès est nécessaire.
<b>Technique</b>	
Techniques de numérisation éventuellement retenues – Format(s) utilisé(s) – Nécessité d'un reader spécifique	Dans les contenus ajoutés par l'enseignant, les formats suivants sont acceptés : Microsoft Word, Power Point, HTML, JPG, GIF, Java applets, vidéos, audio, animations.
Partenaires techniques	--Liens avec Metatext, filiale de netLibrary d'OCLC, pour la production de manuels numériques, et de « eBook », à forte interactivité. --Liens avec Blackboard.
Technologie pour le stockage ou le moteur de recherche	--Pour l'utilisateur : nécessité d'une connexion Internet et d'un navigateur. Système d'exploitation : Windows 95/98, Windows NT, Macintosh OS 8.0 ou plus. Vitesse de connexion minimum : 28,8 Kilobits. Cookies : à activer dans le navigateur. Javascript : à activer dans le navigateur. --Les cours réalisés sont archivés sur le serveur de Pearson et peuvent être réutilisés par la suite, même avec les nouvelles versions.
<b>Juridique</b>	
Droits cédés aux utilisateurs (droit d'impression, durée des droits, possibilité de cession des fichiers acquis, ...)	--Les contenus des manuels des éditeurs du groupe Pearson ne peuvent être téléchargés. --Seuls les contenus créés par l'enseignant sont, naturellement, « sauvegardables » et « copiables » sur les disques personnels des utilisateurs.

<p>Techniques de sécurisation des contenus (système de cryptage, système de dégradation de la qualité lors de la copie, ...)</p>	<p>--Carte de code d'accès : les cartes d'accès sont personnelles. Les étudiants sont enregistrés individuellement lorsque l'enseignant déclare les étudiants de son CourseCompass à Pearson.</p> <p>--Identifiant du CourseCompass : l'enseignant donne l'identifiant de son CourseCompass aux étudiants concernés. Les étudiants se connectent et s'identifient via leur carte de code d'accès et via l'identifiant du cours du professeur.</p> <p>--Login et Password : lors de leur première connexion, les étudiants reçoivent un login et un mot de passe, avec lesquels ils pourront désormais accéder au CourseCompass.</p> <p>--Dans la mesure où le travail qu'ils réalisent (tests, quizzes, etc.) est conservé dans un dossier personnel, qui servira aux évaluations de l'enseignant, les étudiants n'ont guère intérêt à communiquer leurs divers codes d'accès.</p> <p>--Cependant, les étudiants peuvent travailler à plusieurs dans le cas des « discussion board » et des « virtual classroom ». Ils n'en sont pas moins identifiés et leurs communications sont accessibles par l'enseignant.</p> <p>--Si l'étudiant perd sa carte de code d'accès, il doit le signaler et en racheter une.</p>
<p>Gestion des droits (mode de reversement des droits, ...)</p>	<p>--Pearson protège ses contenus et n'utilise apparemment pas les contenus des enseignants..</p>

## 1.2. Grille d'analyse du site de ThomsonLearning

Thomson Learning <a href="http://www.thomsonlearning.com/">http://www.thomsonlearning.com/</a> Dernière consultation : Mai 2002
---

Thomson Learning fait partie du groupe international, britannique d'origine, Thomson Corporation, fournisseur de services intégrés pour la gestion de l'information dans les entreprises, notamment.

Thomson Learning fournit des contenus et des solutions dans le domaine de l'éducation et de la formation. Son activité d'édition, à proprement parler, est issue des acquisitions du groupe avec, entre autres, récemment, le rachat de Harcourt College Publishers. Un des projets résultant de cette acquisition est le e-book, lancé en 2002. Le groupe considère, en effet, que l'enseignement, en général, et l'enseignement supérieur, en particulier, alliés aux moyens de l'électronique offrent de réelles perspectives, et des efforts d'investissement ont été faits en ce sens.

<b>Présentation</b>	
Origine du projet (contexte – promoteurs initiaux – date de création)	--Les analyses de marché et les perspectives de développement économique dans le domaine de l'éducation supérieure. Ainsi, Thomson Learning rachète Harcourt de la Société Reed Elsevier, en 2000, pour prendre place sur le marché de l'enseignement supérieur. --Le lancement du e-book de Thomson et Harcourt est alors prévu pour le printemps 2002, au plus tard. -- L'association (joint venture) de Thomson Learning avec le consortium d'universités et d'institutions, U21, pour lancer un système d'éducation à distance, en janvier 2003.
Autour de quelles compétences s'est construit le projet (techniques, éditoriales, ...)	-- Le « Knowledge Management » ou la gestion de l'information est leur activité spécifique. --Harcourt leur procure une compétence éditoriale.
Statut (privé/public) - Actionnaires actuels (liens avec acteurs du secteur du livre – liens avec sociétés IT)	--Privé --En 2001, Thomson Learning affichait un revenu de 1,9 milliard de dollars, en progression de 33% par rapport à 2000.
<b>« Proposition commerciale »</b>	
Positionnement - Place dans la chaîne de diffusion (prestataire technique de numérisation, agrégateur de contenu pour la diffusion)	-- Editeur, fournisseur de contenus -- Fournisseur de services et de plates-formes électroniques pour l'éducation, la formation.
Cible(s) (bibliothèques, enseignants, étudiants, et quel(s) niveau(x)/discipline(s))	--Institutions, enseignants, élèves et étudiants. -- Du secondaire, 1 <sup>er</sup> cycle universitaire, 2 <sup>e</sup> et 3 <sup>e</sup> cycles.

Services proposés aux utilisateurs/clients	--TextChoice (URL : <a href="http://www.textchoice.com">http://www.textchoice.com</a> ) Thomson Learning propose TextChoice.com qui permet aux enseignants de constituer des manuels personnalisés, adaptés à leurs cours. Ces manuels sont disponibles en ligne. Les chapitres peuvent être arrangés à convenance, ôtés, mélangés et provenir de plusieurs titres. Les enseignants peuvent y ajouter leurs propres contenus, ou ne constituer le manuel qu'avec leurs contenus.
Services additionnels (possibilités d'annotation, outils de travail collaboratifs, ...)	Navigation, annotation, surlignage, signets sont les services offerts aux étudiants et aux enseignants.
Nature du contenu diffusé : livres spécialisés, manuels, documents de références, articles, presse quotidienne ou magazine, documents audio/vidéo, ...	Les contenus des manuels des maisons d'édition Wadsworth, Harcourt, South Western et de certaines bases de données du groupe Thomson Learning sont mis à disposition des enseignants.
Définition du contenu : texte intégral – références – liens utiles	-Textes intégraux
Volume de contenu proposé	
Origine du contenu (principaux éditeurs concernés, ...)	--Harcourt, Wadsworth, South Western --Contenus réalisés par les enseignants
Langues proposées	Anglais
<b>Pédagogique</b>	
Relations avec les universités	
Services proposés aux professeurs	--Des sites ressources dans diverses disciplines pour les professeurs : Business and Economics eLearning Center Electronic Learning Solutions Humanities Technology Solutions from Wadsworth etc.
Présence d'une plate-forme (Webcity, Blackboard, Learning Space...)	--WebCT --Blackboard
Autres outils	De nombreux outils tels que : des sites ressources cités plus haut des bases de données des logiciels pour construire un programme de cours (MyCourse.com) des logiciels pour l'auto-édition ou édition personnalisée (e-riginality.com) etc.
<b>Économique</b>	
Modèle économique retenu : type de flux financiers (qui paye quoi ?) et sens des flux financiers	Dans le cadre de TextChoice, ce sont apparemment les étudiants qui achètent le manuel numérique..
Relations commerciales avec les ayants droit (éditeurs, ...)	Dans le cas de TextChoice.com, Thomson Learning fournit les contenus de ses maisons d'édition.
Relations commerciales avec les utilisateurs/clients aval : bibliothèques, profs ou universités, étudiants (modèle B2B ou B2C ?)	Editeur et prestataire de services électroniques : aucun prix n'est donné sur le site, il faut contacter le point de vente local. -- B2C avec les étudiants -- B2B avec les institutions d'enseignement -- gratuit pour les enseignants (rôle de prescripteur)
<b>Technique</b>	

Techniques de numérisation éventuellement retenues – Format(s) utilisé(s) – Nécessité d'un reader spécifique	
Partenaires techniques	MetaText, division de NetLibrary d'OCLC, est chargé de la numérisation des manuels édités par les maisons de Thomson Learning.
Technologie pour le stockage ou le moteur de recherche	
<b>Juridique</b>	
Droits cédés aux utilisateurs (droit d'impression, durée des droits, possibilité de cession des fichiers acquis, ...)	
Techniques de sécurisation des contenus (système de cryptage, système de dégradation de la qualité lors de la copie, ...)	
Gestion des droits (mode de reversement des droits, ...)	--Pour TextChoice, rien n'est spécifié à ce sujet. Les contenus relevant de Thomson sont protégés. Ceux de l'enseignant ne sont pas, a priori, utilisés par Thomson.

### 1.3. Présentation de Pearson Education et de Thomson Learning

En France, la Formation Ouverte à Distance (FOAD) est encore peu développée et reste essentiellement du ressort des pouvoirs publics, qui soutiennent par exemple le CNED et le CNAM. L'Etat français est en effet le principal initiateur des actions et des investissements en la matière.

Il semble que ce modèle d'intervention soit le plus répandu en Europe.

Dans les pays anglo-saxons, en revanche, les acteurs du privé jouent un rôle important dans la FOAD, aux côtés des acteurs institutionnels, des collectivités locales, de l'Etat. Ainsi, le rapport de MM. AVEROUS et TOUZOT<sup>6</sup> souligne la « très grande implication des géants de l'édition qui investissent massivement dans l'enseignement à distance » aux Etats-Unis.

Pearson plc et Thomson plc sont les deux groupes d'édition anglo-saxons étudiés ici. Les groupes sont examinés en parallèle, de façon à donner une vision assez claire de chacun, et dans le même temps, de proposer quelques éléments de comparaison.

Les points suivants seront examinés pour les deux groupes :

- La présentation de Pearson Education et de Thomson Learning, au travers de leurs activités et de quelques chiffres clés
- Les perspectives du marché mondial
- Les investissements

<sup>6</sup> AVEROUS M., TOUZOT G., Les campus numériques, enjeux et perspectives pour la formation ouverte et à distance, Rapport de mission auprès du Ministre de l'éducation nationale, du ministre de la recherche, et du délégué à l'aménagement du territoire et à l'action régionale, Avril 2002.  
 Disponible en ligne : <URL : <http://www.men.gouv.fr>>

- Les produits et services : fonctions, accès, droits et tarifs

Les quelques chiffres glanés sur les sites de ces éditeurs, destinés en priorité aux actionnaires et investisseurs, permettent de saisir l'ampleur du marché de la formation ouverte à distance, ainsi que l'envergure de ces groupes et la diversité et complémentarité de leurs activités.

#### **1.4. Pearson Education : activités et chiffres clés**

D'origine britannique, Pearson plc est un groupe international de communication avec des activités prédominantes dans les domaines de l'éducation, de l'information d'entreprise et de la publication personnalisée. Ces dernières années, le groupe s'est efforcé de simplifier sa stratégie et de tendre vers la complémentarité de ses différentes activités :

- Pearson Education fait partie des sociétés les plus performantes sur le marché mondial de l'éducation. Pearson annonce le chiffre de plus de 100 millions de personnes concernées par les produits et services de Pearson Education.
- The Penguin Group, l'éditeur anglais le plus célèbre, couvrant une large gamme de produits diffusés à travers le monde,
- le Financial Times et son réseau de journaux financiers et de services d'information sur le monde des affaires en ligne,
- Recoletos, éditeur du monde hispanique.

Individuellement, ces différentes entreprises ont une position dominante sur leurs marchés respectifs. Ensemble, elles mutualisent leurs atouts et leurs savoir-faire. L'éducation et la formation, alliées aux technologies, sont le cœur des activités de toutes ces entreprises.

D'autres noms comme Addison Wesley Longman, Scott Foresman, Prentice Hall, Markt & Technik, Campuss Press, Direct English, Editions du Renouveau, complètent ce panel éditorial.

Les ventes du groupe Pearson (Pearson Education, Penguin, Financial Times) se sont élevées à 6,169 milliards de dollars en 2001.

Les ventes se répartissent ainsi selon les secteurs géographiques :

- 70% de ce chiffre d'affaires est réalisé sur le territoire des Etats-Unis,
- 11% en Europe,
- 10% au Royaume-Uni,
- 6% en Asie du Pacifique,
- 3% dans le reste du monde.

Le résultat d'exploitation (la différence entre les produits courants et les charges courantes) de Pearson en 2001 était estimé à 622 millions de dollars, soit un peu plus de 10% du chiffre d'affaires. Ce résultat se répartit ainsi :

- 85% pour les Etats-Unis,
- 10% en Europe,
- 5% en Asie du Pacifique.

Le groupe Pearson plc emploie environ 30 000 personnes dans 60 pays (l'effectif de la division Pearson Education n'a pu être obtenu).

Un des atouts du groupe Pearson est de pouvoir disposer du cumul et de la complémentarité de différentes compétences :

- la compétence éditoriale, et ce qu'elle implique en termes de connaissance du marché, des processus économiques, de la gestion de la propriété intellectuelle,
- la compétence technique, soit par le développement des produits du groupe, soit par les accords passés avec des sociétés de services et de plates-formes électroniques comme Blackboard, WebCT, WizeUP.

Le livre, sur support imprimé, reste au cœur de l'activité éditoriale mais se veut enrichi par un environnement électronique, plus ou moins interactif, plus ou moins payant. Ce sont les « Companion Websites », les « Text Enrichment Sites », les « Discipline Supersites », les e-books et autres contenus en ligne.

Par ailleurs, Pearson Education propose des plates-formes ressources d'information et de formation pour les enseignants dans les domaines de la pédagogie, de la technologie et de services personnalisés.

En 1997, la direction de Pearson Education a été confiée à Peter JOVANOVIČ, qui était, auparavant le Président de McGraw-Hill's Education and Publishing Group.



### 1.5. Thomson Learning : activités et chiffres clés

Thomson Corporation, historiquement originaire du Royaume-Uni, comprend les quatre branches principales suivantes :

- Thomson Legal and Regulatory fournit des informations et des outils électroniques dans le domaine du droit, de la réglementation, des impôts et de la comptabilité, en Amérique du Nord, en Europe et en Asie du Pacifique.
- Thomson Financial offre des produits aux industries de services financiers. Thomson Financial opère, en Amérique du Nord, en Europe, en Asie du Pacifique, en Amérique Latine.
- Thomson Scientific and Healthcare propose les mêmes services dans le domaine scientifique et de la santé, à travers le monde.
- Thomson Learning, enfin, est spécialisé dans les produits pour l'enseignement et la formation. Les marques phare de cette branche pour la partie enseignement supérieur sont Wadsworth, South Western et Harcourt.

Les revenus (ventes, commissions et autres produits) des différentes branches de Thomson pour 2000 étaient les suivants :

	<b>Revenus 2000 en US\$</b>	<b>Progression en % par rapport à 1999</b>
Thomson Legal and Regulatory	2,6 milliards	+ 12%
Thomson Financial	1,3 milliard	+ 31%
Thomson scientific and Healthcare	697 millions	+ 7%
Thomson Learning	1,4 milliard	+ 40%

En 2001, Thomson Corporation annonçait un revenu global de 7,2 milliards de dollars et un effectif de 43 000 personnes dans le monde (l'effectif de la division Thomson Learning comptait 9 000 personnes, en 2001).

Le revenu de Thomson Learning en 2001 était de 1,9 milliard de dollars, soit une croissance de + 33% par rapport à 2000.

L'EBITDA de Thomson Learning (résultat avant intérêts, taxes, dépréciations et amortissements) était de 541 millions de dollars pour 2001.

Au vu de ces quelques chiffres, Thomson Learning apparaît comme la branche du groupe qui connaît les plus fortes croissances en termes de revenus, plus 40% de 1999 à 2000, plus 33% de 2000 à 2001. En valeur absolue, Thomson Learning représente la deuxième branche du groupe.

## 2. Les perspectives du marché mondial

Les analyses du marché réalisées par les deux groupes, Pearson Education et Thomson Learning, semblent confirmer celles de l'OCDE en matière de l'économie de services, en général, et de la formation, en particulier.

### 2.1. Pearson Education : analyse du marché de la formation

Pour Pearson Education, le marché global de l'enseignement connaît une expansion rapide et prometteuse.

Cette expansion serait soutenue par les différents facteurs suivants :

- un contexte démographique favorable,
- des dépenses d'enseignement accrues en provenance des pouvoirs publics, des parents et des étudiants,
- un mouvement général en faveur de l'amélioration de la qualité de l'enseignement,
- la généralisation de l'utilisation du micro-ordinateur de l'école à l'université,
- une priorité donnée à l'enseignement public dans les pays émergents,
- une demande croissante de l'apprentissage de l'anglais.

Le marché le plus important demeure, pour le moment, celui des Etats-Unis. La part des produits éducatifs de haut niveau, tant sur support papier que sur support électronique, représenterait 8 milliards de dollars. Cela constitue une petite part des 740 milliards de dollars investis dans l'éducation, aux Etats-Unis, chaque année.

A l'extérieur des Etats-Unis, le marché des ressources éducatives en langue anglaise a généré 16 milliards de dollars de revenu en 1997.

Pearson envisage une hausse d'environ 10% par an pour ces deux marchés.

### 2.2. Thomson Learning : analyse du marché de la formation

Dans un article intitulé « Global Opportunities in Higher Education », paru dans *Education Industry Reports*, Postsecondary Edition, en février 2002, Thomson se livre à une analyse similaire des perspectives d'évolution du marché de l'éducation supérieure.

Le groupe considère en effet que la croissance de la population étudiante alors que le nombre d'universités est devenu insuffisant représente, sans nul doute, une opportunité d'investissement. La demande globale pour les études supérieures serait renforcée par une double dynamique liée au marché et à la démographie, et prenant en compte les éléments suivants :

- - la croissance globale de la population étudiante,
- - la montée des classes moyennes,

- - les limites de la capacité d'accueil des universités,
- - la demande croissante de main d'œuvre qualifiée et d'une formation tout au long de la vie, notamment en matière de nouvelles technologies.

Thomson souligne que, traditionnellement, de nombreux étudiants étrangers, de bon niveau scolaire et disposant de ressources financières suffisantes effectuent des séjours aux Etats-Unis, au Royaume-Uni et en Australie, pour achever leurs études et obtenir des diplômes. A l'avenir, une grande part de la demande d'e-learning émanera des pays qui ne sont pas en mesure de construire des infrastructures éducatives à la mesure de la croissance de leurs populations étudiantes.

Thomson estime la demande globale pour l'éducation supérieure non satisfaite à 111 milliards de dollars. La progression du marché est évaluée à 50% pour les dix prochaines années.

Par conséquent, les pays d'Asie et d'Amérique Latine accueillent favorablement les investissements dans ce domaine.

Thomson Learning est engagé dans différents projets pour occuper ce créneau.

Par exemple, U21 global est un projet de Thomson Learning avec un consortium d'institutions à travers le monde. Il met en oeuvre un système d'éducation à distance, permettant la délivrance de diplômes, dans le domaine de la gestion et de la technologie. Plus généralement, le développement de solutions adaptées, notamment en instituant un partenariat avec les acteurs et les auteurs locaux, est un axe privilégié des entreprises de Thomson.

Ainsi, Thomson Learning résume sa ligne d'action en précisant qu'il s'agit de trouver un équilibre entre un « penser globalement » et un « faire localement ».

### **3. Les investissements**

#### **3.1. Pearson Education : stratégie d'acquisitions**

Les investissements de Pearson s'ancrent dans une stratégie d'acquisitions et de cessions au gré des évolutions du marché et des perspectives qui s'en dégagent .

En 1998, Pearson Education rachetait la division Simon & Schuster Education du groupe Viacom pour un montant net de 3,6 milliards de dollars.

Les rachats de The National Computer Systems et de The Family Education Network, en 2000, allaient dans le même sens, renforçant sa capacité à être présent sur le marché de produits intégrés pour l'éducation.

Par ailleurs, une division du Financial Times devenait l'un des principaux fournisseurs de formation en ligne.

Pearson Education table sur la combinaison, de part et d'autre, des ressources professionnelles, intellectuelles, éditoriales et financières pour devenir le numéro un dans le domaine de l'enseignement.

L'association, en particulier, de Simon & Schuster avec Addison Wesley Longman devait constituer la dynamique de ce projet.

Par ailleurs, les économies d'échelle réalisées ainsi étaient estimées à 130 millions de dollars par an. Elles devaient permettre à Pearson de rentabiliser l'acquisition dès la première année.

Enfin, l'association avec Blackboard permettait le lancement en 2001 du produit CourseCompass.

### **3.2. Thomson Learning : acquisition et association**

Pour les activités éditoriales, dans le domaine de l'enseignement, Thomson Learning s'appuie sur les partenaires renommés déjà mentionnés plus haut, comme Wadsworth, South Western, Harcourt. Ainsi, Thomson a racheté Harcourt's Higher Education Group à Reed Elsevier, en 2000, pour plus de 7 milliards de dollars.

L'objectif de Thomson est de devenir un acteur majeur dans le champ de l'éducation supérieure, mais aussi sur le marché de la formation professionnelle et continue.

Thomson se donnait 3 années pour rentabiliser l'acquisition de Harcourt, tenant compte des risques et des incertitudes liés au secteur des nouvelles technologies, à la conjoncture économique et à la concurrence.

L'acquisition, par ailleurs, de sociétés de produits technologiques comme Prometric ou Wave Technologies doivent permettre à Thomson d'être parmi les leaders sur ces marchés de l'enseignement avec un revenu de 1,9 milliard de dollars, pour l'ensemble du groupe, dépassant de 0,2 milliards de dollars les prévisions. Les mouvements du groupe en la matière sont donc considérables, à l'échelle du marché nord-américain et du marché mondial qui se dessine.

Par ailleurs, Thomson Learning participe au consortium dénommé « U21 global ». Ce consortium, créé à l'initiative de Thomson et Universitas 21, un ensemble d'institutions de l'enseignement supérieur, à travers le monde, a pour objet d'offrir, au départ, des formations diplômantes dans les disciplines de la gestion et de la technologie, par le moyen de l'enseignement à distance. Ce projet devrait être lancé en janvier 2003 et apporterait une réponse aux déséquilibres constatés entre l'offre et la demande pour le marché de l'éducation supérieure.

## 4. Les produits et services

Les deux groupes fournissent une multiplicité de services pour l'enseignement et la formation. Elles ciblent l'ensemble des acteurs de ces domaines : institutions, enseignants, étudiants.

Ces groupes bénéficient, à l'interne, de leurs diverses compétences et, à l'externe, des partenariats passés avec d'autres acteurs :

- fournisseurs de plates-formes d'outils électroniques tels Blackboard, WebCT, WizeUp,
- spécialistes de la numérisation de fonds comme MetaText de NetLibrary (OCLC),
- agences d'abonnement tel EBSCO (Pearson),
- institutions d'enseignement, par exemple le consortium U21 (Thomson).

Dans le contexte de Manum, seuls deux produits semblent correspondre aux critères du manuel numérique dans les disciplines des sciences sociales.

Ce sont ces produits qui ont été examinés en priorité.

### 4.1. **CourseCompass ou le manuel numérique selon Pearson (URL : <<http://www.coursecompass.com>>)**

#### 4.1.1. Fonctions

Le produit CourseCompass, développé avec le fournisseur de plate-forme électronique Blackboard Inc. a été lancé en 2001. La numérisation des textes est réalisée avec la collaboration de la division MetaText de NetLibrary.

CourseCompass a pour objectif de permettre aux enseignants de réaliser un manuel numérique sur mesure pour leurs cours, c'est-à-dire :

- faciliter l'adaptation des contenus, issus des fonds de Pearson et/ou créés par l'enseignant,
- faciliter l'évaluation des élèves par les enseignants et l'auto-évaluation par les étudiants, par la mise en ligne de tests et d'exercices divers, gardant l'historique des performances des étudiants, effectuant une notation, réalisant des statistiques,
- permettre le travail collaboratif des étudiants, et les échanges entre étudiants et le professeur, les classes virtuelles,

- dissocier la version CourseCompass côté enseignant, de celle côté étudiant, pour conserver la relation pédagogique.

CourseCompass s'inscrit à la suite des plates-formes mises en place par Blackboard dans près de 3 300 institutions d'enseignement à travers le monde et aux Etats-Unis, en particulier, ou d'autres plates-formes d'enseignement telle celle de WebCT couvrant 1 350 écoles du supérieur et universités dans le monde. De ce fait, CourseCompass bénéficie d'une culture du numérique déjà bien implantée.

Près de 900 écoles supérieures aux Etats-Unis – « *colleges* » – utilisent le CourseCompass, lancé en 2001. Ce produit associant manuel et programmes sur Internet générerait plus de 60% des revenus de Pearson Education.

#### 4.1.2. Technique

CourseCompass est hébergé sur un serveur et ne nécessite aucune installation spécifique de la part des utilisateurs. C'est également sur ce serveur que l'archivage est réalisé. Les cours déjà stockés peuvent être réutilisés même avec des versions plus récentes du CourseCompass.

Les enseignants peuvent ajouter au CourseCompass des contenus de formats divers : Microsoft Word, Power Point, HTML, JPG, GIF, Java applets, vidéos, audio, animations.

#### 4.1.3. Accès

L'accès au CourseCompass est contrôlé de plusieurs façons.

D'abord, l'enseignant doit être inscrit et reconnu comme tel, même si l'accès aux outils CourseCompass est totalement gratuit pour lui. Cependant, le code d'accès donné à l'enseignant pour un cours donné est personnel et ne peut être utilisé par un autre enseignant, même pour un essai.

C'est l'enseignant qui fournit la liste des étudiants pouvant accéder au cours mis en ligne et qui leur communique le code d'identification du cours.

Les étudiants accèdent au cours numérique grâce à la carte de code d'accès qu'ils ont achetée, soit seule, soit avec un manuel édition papier et au code d'identification du cours de l'enseignant.

Lors de la première connexion, Pearson identifie l'étudiant et lui attribue un login et un mot de passe, qui permettront l'accès au cours par la suite.

Dans la mesure le travail des étudiants remis aux enseignants est sauvegardé, les premiers n'ont guère intérêt à communiquer leur code d'accès individuel et leur mot de passe, même lors de travaux de groupe.

Les tarifs sont les suivants :

Ce sont les étudiants qui assument les coûts du CourseCompass. Il achètent les codes selon les modalités mentionnées ci-dessus. Le prix du code d'accès de Pearson varie selon les titres des manuels. Une carte d'accès seule avoisine les 25 US\$ auxquels se rajoutent les taxes locales.

#### 4.1.4. Gestion des droits

Les contenus des éditeurs du groupe Pearson ne peuvent être téléchargés.

La possibilité d'avoir recours à des contenus d'éditeurs extérieurs au groupe ne semblent pas avoir été considérée.

Seuls les contenus créés par l'enseignant sont copiables et téléchargeables.

A côté du CourseCompass d'autres produits Pearson sont développés pour enrichir le manuel édition papier :

- Textbook Companion Website, un complément de manuel, libre d'accès,
- Text Enrichment Sites pour des manuels spécifiques, protégés par des codes d'accès,
- Disciplines Supersites, protégés par des codes d'accès payants.

#### **4.2. TextChoice ou le manuel numérique selon Thomson : fonctions, technique, accès, tarifs, droits**

Peu d'informations sont disponibles sur le site concernant le produit TextChoice.

L'enseignant doit se procurer l'information auprès de points de vente locaux distribuant les documents de Thomson, ou demander des renseignements en remplissant les formulaire d'inscription ou de demande d'information sur le site.

Ces formulaires ont été remplis et envoyés, mais aucune réponse ne nous a été adressée à ce jour.

TextChoice semble être le produit répondant aux critères du manuel numérique.

Les contenus numériques des manuels proviennent des maisons d'édition du groupe, Harcourt, Wadsworth, South Western, et des créations des enseignants.

Les chapitres peuvent être arrangés à la convenance des enseignants, provenir de plusieurs titres, de titres extérieurs au groupe Thomson.

Aucune information sur les modalités d'accès n'est donnée sur le site, ni pour les enseignants, ni pour les étudiants. Il en est de même pour les tarifs et la gestion des droits. Rien n'apparaît sur le site.

Les informations sont manifestement communiquées à la demande, soit auprès de Thomson, après validation de l'inscription de l'enseignant, soit auprès des revendeurs locaux.

Cependant, contrairement au CourseCompass de Pearson, il est précisé que l'enseignant peut faire appel à des contenus extérieurs au groupe d'édition Thomson.

L'enseignant doit, dans ce cas, obtenir les autorisations nécessaires. De fait, pour éviter les complications, Thomson recommande de ne pas utiliser des textes qui ne sont pas tombés dans le domaine public.

### **4.3. Essai du CourseCompass de Pearson**

#### 4.3.1. Approche du CourseCompass

La méthodologie a consisté, ici, à tenter de comprendre, et d'utiliser, le produit de Pearson de l'intérieur, comme un enseignant peut le faire dans la réalité.

Il est impossible de pouvoir tester le CourseCompass, en tant qu'étudiant, car pour y accéder l'étudiant doit, au préalable, être désigné par le professeur initiateur du cours en ligne.

Avec l'accord de Monsieur Jean-Michel Salaün, un alias à son nom a été créé pour l'adresse électronique d'un membre de l'équipe, alias valable 3 mois d'avril à juin 2002.

Après envoi d'un formulaire complété, l'inscription de l'enseignant est effectuée dans un délai de 4 jours. Il reçoit alors un numéro d'enregistrement pour se connecter au CourseCompass. Il crée ensuite ses propres *login* et mot de passe.

L'accès aux catalogues des manuels dont les contenus sont utilisables en ligne et aux outils du CourseCompass est très aisé. Pour mémoire, ces catalogues sont ceux des éditeurs du groupe Pearson : Addison Wesley, Allyn&Bacon / Longman, Benjamin Cummings, Prentice Hall, Pearson Education International.

Le manuel de sciences politiques « *American Government : Continuity and Change* » de Karen O'Connor et de Larry J. Sabato, édition 2002, proposé par l'éditeur, Allyn&Bacon / Longman, a été sélectionné. Il est aisé d'accéder au contenu du manuel et aux outils du CourseCompass (le sommaire du guide d'utilisation est joint en annexe 1.1 pour montrer les possibilités développées dans le CourseCompass).

#### 4.3.2. Résultats du CourseCompass

Cependant, il est difficile de réaliser une manipulation du CourseCompass « abstraitement », dans le temps imparti pour cette étude. Cet exercice d'utilisation du CourseCompass demande, en effet, la mise en œuvre d'une véritable étude de cas : élaboration d'un programme de cours, d'exercices pour les étudiants, constitution d'un groupe d'étudiants fictifs, etc.

En revanche, des exemples de CourseCompass réalisés par d'autres enseignants sont laissés à notre appréciation. L'un de ces exemples est proposé en annexe 1.2.



## 5. Conclusions sur le modèle éditorial

Ces deux exemples démontrent l'intérêt que les groupes anglo-saxons portent à l'enseignement et à la formation ainsi qu'aux évolutions envisageables via les outils électroniques.

Deux axes semblent se préciser. Le premier consiste à intégrer des outils électroniques dans les méthodes d'enseignement traditionnel, afin de favoriser le travail en groupe, l'autonomie des étudiants, la personnalisation des cours. Le deuxième se tourne vers la formation à distance pour les marchés des pays ne bénéficiant pas d'infrastructures éducatives suffisantes pour satisfaire leurs besoins en formation.

Ainsi, les éditeurs, à la suite des grandes bibliothèques, numérisent leurs fonds, avec l'aide des compétences issues de ces mêmes bibliothèques. La société Metatext division de NetLibrary (OCLC) est un intervenant essentiel dans les accords passés pour la numérisation.

Ils utilisent et récupèrent, par ailleurs, les technologies développées par des sociétés de services informatiques (Blackboard, WebCT, WizeUp) et proposent de nouveaux services aux institutions, aux enseignants et aux étudiants.

Dans tous les cas, ces groupes semblent se réserver la maîtrise des contenus et des droits afférents à ces contenus. Les contenus constituent effectivement le point essentiel de la stratégie de ces groupes.

Il est évident que de telles perspectives ne sont envisageables que si le niveau d'équipement des institutions, des enseignants et des étudiants est suffisant. Le secteur de l'Amérique du Nord est naturellement le premier débouché pour ces grandes sociétés spécialisées dans les services de l'information.

Le taux d'équipement paraît, comparativement, encore peu élevé en France, et les efforts déployés par l'Etat restent insuffisants, avec de grands écarts entre les divers établissements.

La question du contexte culturel doit également être prise en compte. Une évolution similaire est-elle envisageable dans le système français ou la centralisation et la gratuité sont des principes auxquels enseignants et étudiants sont attachés ? Les campus numériques développés en France suivent le modèle des campus français traditionnels, ou les contenus sont plus axés sur les cours réalisés par les professeurs que sur les manuels prescrits.

Enfin, pour les marchés extérieurs, il est certain que la langue anglaise est un atout majeur pour ces groupes internationaux.

Cependant, les pays francophones et les pays émergents pourraient constituer un marché potentiel pour la France, et les éditeurs français, bien que les moyens de ces pays soient moins importants.

**Les points forts** de ce modèle résident dans le professionnalisme des produits allié à la qualité des contenus de l'édition traditionnelle, dans les moyens que ces groupes géants peuvent investir dans le développement de nouveaux outils, dans le contrôle des médias. **Les points faibles** peuvent se décliner ainsi. Ce modèle engendre des coûts assez importants pour les étudiants, notamment, en termes d'équipement, mais aussi pour l'achat de manuels qui peuvent atteindre des prix élevés. Par exemple, le manuel de sciences politiques « *American Government : Continuity and Change* » proposé par l'éditeur, Allyn&Bacon / Longman, dans le cadre du CourseCompas, atteint le prix de 72 US\$. Par ailleurs, le risque est pour l'enseignant de se trouver, prisonnier d'un groupe qui contrôle non seulement les contenus, mais aussi les technologies. Enfin, les petits éditeurs ou les éditeurs indépendants n'ont guère de chance de prendre leur place dans ce créneau de l'enseignement supérieur.

## **Partie 2 : Fathom Knowledge Network Inc.**

### **1. Grille de présentation générale**

<p><b>Fathom Knowledge Network Inc.</b>  <a href="http://www.fathom.com">http://www.fathom.com</a>                  Dernière consultation : Mai 2002</p>
--

Fathom Knowledge Network Inc. a la particularité d'être une compagnie privée à but lucratif, née dans le giron d'une prestigieuse université new-yorkaise, qui fédère des contenus très divers produits par d'un réseau international d'institutions de natures variées, publiques et privées.

<b>Présentation</b>	
Raison sociale	Fathom Knowledge Network Inc.
Origine du projet (contexte – promoteurs initiaux – date de création)	Fondé en 1999 sous le nom de Morningside Ventures, lancé en tant que Fathom en avril 2000. Le consortium initial, mené par la <b>Columbia University</b> comprenait : <ul style="list-style-type: none"> <li>- London School of Economics and Political Science</li> <li>- Cambridge University Press</li> <li>- British Library</li> <li>- Smithsonian Institution's National Museum of Natural History</li> <li>- New York Public Library</li> </ul>
Ressources humaines	PERSONNEL PROPRE : <b>30</b> salariés à New York ; <b>7</b> à Londres AUTEURS : Fathom s'appuie sur un réseau de près de 1000 universitaires, conservateurs et chercheurs des institutions partenaires pour créer les contenus diffusés.
Direction	<b>Ann Kirschner</b> , présidente – directrice (CEO). S'est faite remarquer comme présidente de la programmation et communication de la National Football League, de 1994 à 1999, après avoir fait ses armes comme pionnière de la télévision par câble et satellite : cofondatrice de Satellite Broadcast Networks and PrimeTime 24 de 1986 à 1992. Elle a commencé sa carrière comme directrice du « business development » chez Westinghouse/Group W Cable de 1981 à 1986 <sup>7</sup> , après un doctorat d'anglais à Princeton. <b>Board of directors</b> <b>Academic Advisory Council</b> (émanation de Columbia)

<sup>7</sup> <http://chronicle.com/free/v46/i35/35a04501.htm>

<p>Statut (privé/public) - Actionnaires actuels (liens avec acteurs du secteur du livre – liens avec sociétés IT)</p>	<p>STATUT : privé (<i>for-profit corporation</i>) mais le projet est piloté par des fournisseurs de contenus du service public et non par des intérêts financiers privés.  <b>PRINCIPAL CONTRIBUTEUR : Columbia</b> à hauteur de 18,7 millions de US\$ en 2000, de 14,9 millions de US\$ en 2001. La situation en 2002 est critique, Columbia ayant décidé de modérer son investissement.                  Fathom cherche par ailleurs des bailleurs de fonds, mais a rejeté plusieurs propositions de compagnies commerciales dans un souci de maintenir son "intégrité universitaire".</p> <p><b>PARTENAIRES</b> : Organisés en consortium. Se distinguent les institutions membres (13) et les fournisseurs de cours (18)<sup>8</sup>.                  Dans les faits, la contribution réelle de tous les partenaires n'est pas en capital (purement symbolique aujourd'hui) mais en contenus de qualité et en image de marque.</p>
<p><b>Proposition commerciale</b></p>	
<p>Positionnement - Place dans la chaîne de diffusion (prestataire technique de numérisation, agrégateur de contenu pour la diffusion)</p>	<p>Agrégateur de contenus payants et gratuits de différents types : cours en ligne et supports pédagogiques, mais aussi manuels de premier cycle, bases de données, sources primaires, articles de presse, ouvrages et articles scientifiques à télécharger ou à commander sous forme papier. Fathom se conçoit également comme un « label de qualité certifiée » incontournable en matière de contenus internet.                  Fathom ne produit rien, mais offre à ses partenaires une plate-forme de distribution très performante et une image de contenus de très grande qualité.                  La société fait également du consulting et vend son expertise en matière de e-learning au service d'autres projets.</p>
<p>Cible(s) (bibliothèques, enseignants, étudiants, et quel(s) niveau(x)/discipline(s))</p>	<p><b>Etudiants de premier et second cycle</b> désireux d'approfondir leurs connaissances avant examens (secteur phare lors du lancement, mis au second plan mi-2001)  <b>Formation professionnelle</b> (secteur apparu mi-2001), nouvelle orientation pour pallier l'insuccès relatif auprès de la cible précédente                  « <b>Life long learners</b> » : personnes souhaitant reprendre une formation initiale sur divers sujets<sup>9</sup>. Fathom a lié en 2001 un accord avec la principale association de retraités américains.  <b>Universités</b> : achètent sous forme de crédits le droit pour leurs étudiants de profiter des ressources de Fathom.                  En 2001, développement de la formation continue aux professionnels                  En 2002, recentrage vers les étudiants des universités partenaires</p>
<p>Domaines couverts</p>	<p>Pluridisciplinarité très forte, avec une large gamme de contenus relatifs aux sciences humaines.                  Principaux thèmes : Arts et Lettres ; Economie ; Education ; Géopolitique ; Santé et Médecine ; Histoire et Société ; Droit et Politique ; Formation continue ; Sciences ; « September 11: Avant et Après » ; Technologie et Sciences de l'ingénieur ; Shakespeare et son époque (remplacé en cours d'étude par les écrivains victoriens).</p>

<sup>8</sup> Cf. *Annexe 2.1*, Tableau synthétique des partenaires de Fathom. Le consortium réunit universités, bibliothèques, éditeurs, musées.

<sup>9</sup> Accord en 2001, avec la principale association de retraités des Etats Unis, l'AARP.

Contenus et services proposés aux utilisateurs/clients	<p>Toute la gamme de l'e-learning :</p> <p><b>CONTENUS STATIQUES PRIMAIRES</b> : dossiers documentaires (presse, images)</p> <p><b>CONTENUS STATIQUES SECONDAIRES</b> : conférences, interviews, articles, expositions virtuelles, fournis par des institutions de renommée mondiale ; manuels d'enseignants renommés.</p> <p><b>CONTENUS INTERACTIFS</b> : cours en ligne et séminaires</p> <p><b>BASES DE DONNÉES SPÉCIALISÉES</b></p> <p><b>SERVICE D'ACHAT</b> : livres des bibliographies, connexion à des bases de données (Blackwell's et Amazon)</p> <p>L'ensemble de ces offres est organisé en « centres de connaissances<sup>10</sup> », groupements thématiques de tous les produits du plus simple (gratuit) au plus élaboré (cher), offrant des liens très forts entre eux.</p>
Fonctionnalités particulières (possibilités d'annotation, outils de travail collaboratifs, ...)	<p>Pour les contenus gratuits :</p> <p>possibilité d'envoi par e-mail, de téléchargement sur Palm ou e-book, possibilité d'acheter livres proposés, cours payants.</p> <p>Pour les contenus payants et les séminaires gratuits consultables après inscription : cours interactifs, possibilité d'annotation [<i>seminar notepad</i>], de consultation d'un dictionnaire, de travail en groupe entre les e-inscrits aux formations, selon le cours suivi.</p>
Définition du contenu : texte intégral – références – liens utiles	<p>Texte intégral, images, vidéos, animations, aide interactive, liens internet.</p> <p>Base de données spécialisées, librairie en ligne (livres disponibles à vendre)</p>
Volume de contenu proposé	<p>Plus de 750 cours payants, dont 80 à moins de 50 US\$ . 20 séminaires (cours courts) gratuits. Plus de 2000 documents gratuits : articles, expositions virtuelles... Près de 1000 auteurs différents.</p>
Origine du contenu (principaux éditeurs concernés, ...)	<p>Les membres du consortium apportent principalement au projet des contenus variés :</p> <p><b>Universités et écoles</b> (Columbia, LES, Université du Michigan etc.): cours et séminaires, articles, bibliographies ;</p> <p><b>Bibliothèques</b> (British Library, NYPL) : conférences, expositions virtuelles, groupement de documents primaires numérisés (collection de photographies, de cartes, etc) ;</p> <p><b>Musées</b> (British Museum, Victoria and Albert's Museum) : expositions virtuelles, documents primaires, conférences, articles ;</p> <p><b>Editeurs classiques</b> (Cambridge University Press) : encyclopédies, manuels et ouvrages de référence ;</p> <p><b>Centres de recherche</b> (laboratoires des universités participantes, RAND, American Film Institute, etc.) : dossiers documentaires thématiques multi-supports, articles, bases de données spécialisées.</p> <p>Hors du consortium se trouvent les fournisseurs de contenus plus spécifiques, entreprises privées spécialisées dans l'élaboration de produits spécifiques d'e-learning, par exemple ou dans la vente de services comme, <b>Xanedu</b> : Dossiers pédagogiques personnalisables (Course Packs), dossiers d'études de cas (Case Packs) dossiers multimédia (Digipack) ; <b>Zoologic</b> : formation professionnelle dans le domaine de la finance... et aussi EBSCO Information services, ecampus (e-books), Blackwell's (librairie), Taylor and Francis Group (périodiques).</p>
Langues proposées	<p>Anglais uniquement</p> <p>A terme, souhaite s'ouvrir à d'autres langues en construisant des partenariats avec des institutions de pays non anglophones.</p>
<b>Pédagogique</b>	
Relations avec les universités	<p>Les universités membres du consortium fournissent les contenus et en certifient la qualité. Les professeurs peuvent alimenter la base à titre individuel : Fathom joue le rôle du certificateur de contenu et coordonne l'offre, en proposant les axes de développement du corpus de ressources proposées : types de documents offerts (cours ou manuels, cycles longs et chers ou plus courts et plus modiques, etc.)</p> <p>D'un autre côté, les universités partenaires proposent à leurs étudiants des « validations » (<i>college credits</i>) des formations suivies en ligne et paient une redevance à Fathom sur ces cours.</p>

<sup>10</sup> A l'origine, appelés "learning trails", aujourd'hui "learning centers"

Services proposés aux professeurs	
Présence d'une plate-forme (Webcity, Blackboard, Learning Space...)	Plates-formes utilisées : Prometheus (architecture ouverte pour la présentation de cours en ligne de l'Université Georges Washington) pour les cours gratuits : racheté par Blackboard. Sun Microsystems : <i>e-learning platform</i> intégrant Prometheus. OverDrive : mise à disposition des cours/contenus gratuits sur les e-books et les Palms Microsoft
Autres outils	-
<b>Économique</b>	
Modèle économique retenu : type de flux financiers (qui paye quoi ?) et sens des flux financiers	Fathom est une entreprise privée dont le principal commanditaire est Columbia University : en 2001, Fathom a reçu du « University Fund » (produit des brevets et patentes déposés par l'université <sup>11</sup> ) : 14,9 millions de US\$ dont 11,9 millions de US\$ pour couvrir les dépenses courantes (développement des cours) et 3 millions de US\$ pour la recherche et développement. Il en avait reçu 18,7 millions d'US\$ en 2000. En retour, les revenus perçus (participation des membres du consortium et ventes) ne sont que de 0,7 millions de US\$ en 2001. En 2002, Columbia suspend son soutien inconditionnel : le <i>business plan</i> va probablement être infléchi dans le sens d'une plus grande intégration de Fathom à Columbia et d'une participation financière accrue des partenaires. Aujourd'hui les universités partenaires versent des droits particuliers pour les cours donnant lieu à validation. La British Library a souscrit en 2001 à hauteur de 1% au capital de Fathom, soit 3000 £ : il est possible de tous les membres du consortium aient eu à en faire autant.
Relations commerciales avec les ayants droit (éditeurs, ...)	Fathom retient 20 % du prix perçu sur la vente des produits documentaires qu'il n'a pas directement développés (offre Xanadu, Kaplan, etc.), partenaires non membres du consortium... Fathom semble également rémunérer directement les auteurs des contenus diffusés.
Relations commerciales avec les utilisateurs/clients aval : bibliothèques, profs ou universités, étudiants (modèle B2B ou B2C ?)	A la fois B2B et B2C. Côté B2B, les universités partenaires versent des droits fixes à Fathom pour tous les cours donnant lieu à validation. Ils achètent également des droits particuliers d'accès pour l'ensemble des étudiants d'un campus (chaque étudiant dispose d'un crédit d'e-learning ouvrant droit à la consultation d'un certain nombre de documents). L'activité de <i>consulting</i> est également de cette nature Côté B2C, classiquement : attirer des utilisateurs payants en les attirant par une offre gratuite, à travers des groupements thématiques mélangeant ressources gratuites et payantes. Tout particulier peut souscrire à l'ensemble des offres : opérations promotionnelles et conventions avec certains sites (association des retraités) sont censées encourager la découverte et la fidélisation.
<b>Technique</b>	
Techniques de numérisation éventuellement retenues – Format(s) utilisé(s) – Nécessité d'un reader spécifique	Pas de nécessité de Reader spécifique en général pour les documents textuels. Quelques documents pdf demandant Acrobat Reader. Les documents audiovisuels exigent Real Player. Les animations Flash, Flash. Les documents sont tous visiblement conçus en XML, transcrits de manière dynamique en HTML et contiennent des métadonnées conformes au Dublin Core.
Partenaires techniques	Columbia Digital Knowledge Venture Sun Microsystems
Technologie pour le stockage ou le moteur de recherche	Solaris Operating Environnement Probablement base de documents XML
<b>Juridique</b>	

<sup>11</sup> Equivalent du Bonus Qualité Recherche français.

Droits cédés aux utilisateurs (droit d'impression, durée des droits, possibilité de cession des fichiers acquis, ...)	Droit d'impression et de téléchargement limité à un exemplaire à usage personnel. Interdiction de faire disparaître les marques de copyright. Tous droits réservés : possibilité d'obtenir des autorisations particulières en en faisant expressément la demande Pas de possibilité de cession des fichiers acquis
Techniques de sécurisation des contenus (système de cryptage, système de dégradation de la qualité lors de la copie, ...)	Système de cryptage des transactions sécurisées. Marques de copyright Accès par mot de passe aux cours payants, à durée limitée pour certains cours et séminaires.
Gestion des droits (mode de reversement des droits, ...)	Les institutions restent propriétaires de leurs contenus : Fathom prélève 20% du prix de vente. Rémunération directe des auteurs <sup>12</sup> .

## 2. L'organisation de Fathom Knowledge Network Inc. : un modèle "privé-public"

Fathom Knowledge Network Inc., lors de son lancement en avril 2000, se voulait LE site leader de la « connaissance et de l'éducation via Internet ». Le projet est né au sein de l'université Columbia de New York en 1998, lorsque l'université a décidé, après bien d'autres, de se positionner sur le marché des contenus éducatifs sur Internet afin de faire fructifier son capital intellectuel. D'emblée, émerge l'idée de construire des partenariats internationaux permettant de réunir des contenus pouvant intéresser un large public, au delà des considérations « régionales ». Jusqu'ici, tous ces partenariats se font entre les Etats-Unis et le Royaume-Uni.

A sa création, Fathom s'appuie sur un consortium international de six institutions de natures diverses, prestigieuses, privées et publiques : universités, mais aussi éditeurs, bibliothèques et musées. Les membres du consortium sont aujourd'hui au nombre de treize. Entre 2000 et 2002, le site s'est aussi adjoint l'apport de dix-huit autres fournisseurs de contenus, sans les associer formellement au consortium.

Fathom fédère ces acteurs venus d'horizons divers autour de pratiques et d'objectifs communs, en leur proposant ses infrastructures technologiques, juridiques et de marketing. C'est au sens propre un agrégateur de contenus de grande qualité, issus de plusieurs dizaines de sources, sélectionnés, certifiés et... payants. Les documents offerts couvrent toute la gamme du e-learning au sens très large : cours (sous forme de cycles longs ou courts), groupements de documents primaires, manuels, e-books et vente de livres papier, bases de données en ligne spécialisées, sélection de liens utiles, tous ces éléments étant mis en relation au sein de groupements thématiques.

<sup>12</sup> Ce que semble suggérer le Guide des relations entre le personnel de la London School of Economics et Fathom [en ligne], disponible à : <<http://www.les.ac.uk/resources/staffHandbook/fathom.htm>>

Ebranlé par les difficultés rencontrées par la Nouvelle Economie en 2001 (*e-crash*), qui ont remis en question tout son *business plan* initial, Fathom est maintenu de manière volontariste par la Columbia University, malgré des oppositions croissantes au sein des instances décisionnelles de cette dernière.

Nous avons choisi de faire une étude de cas détaillée sur Fathom dans le cadre de la recherche menée pour le projet Manum pour quatre raisons :

- l'ambition mondiale du projet Fathom, qui en fait un acteur incontournable du monde des agrégateurs de contenus ; bien qu'il soit peu connu en France, sa stratégie marketing s'appuie principalement sur le bouche à oreille au sein des institutions membres – encore exclusivement anglo-américaines - du consortium
- le partenariat « privé-public » qui en est à l'origine (« modèle mixte »)
- la qualité incontestable et la diversité de son offre documentaire
- sa pérennité malgré ses réorientations stratégiques après la crise en 2001, qui en fait un cas d'école des enjeux et des difficultés rencontrés actuellement par les projets d'exploitation à but lucratif de contenus intellectuels, notamment en sciences humaines.

Notre présentation va reprendre non seulement les informations institutionnelles présentes sur Fathom (notamment des revues et des dossiers de presse ), mais surtout des données plus stratégiques sur les orientations de la compagnie depuis sa création, déduites du dépouillement systématique d'un large panel de documents relatifs à l'entreprise Fathom, son organisation, ses dirigeants, ses difficultés. Ces documents sont principalement issus de la recherche sur Internet de sources primaires et secondaires : rapports d'activités et bilans financiers annuels des institutions partenaires, analyses stratégico-financières consacrées au site dans la presse, complétés par la consultation de quelques études de cas, assez sommaires, déjà consacrées à Fathom. Les administrateurs du site n'ont répondu à nos questions qu'en nous dirigeant vers les documents « institutionnels » proposés par le site<sup>13</sup>.

Nous examinerons tout d'abord différents aspects de l'organisation de Fathom Knowledge Network Inc., avant de proposer une étude de cas sur les contenus de Fathom dans le domaine des sciences politiques :

- la genèse du projet Fathom, c'est à dire les conditions matérielles et idéologiques de sa fondation et son *business plan* initial

---

<sup>13</sup> Pour la méthode suivie pour retrouver ces documents, voir introduction du présent rapport.



- le statut de l'organisation au sein de l'Université Columbia, les instances de direction et de contrôle présidant à sa destinée, et sa progressive remise en cause
- l'articulation de Fathom et des créateurs de contenus, avec l'arrivée de nouveaux partenaires, hors du consortium proprement dit
- les premiers résultats de Fathom entre fin 2000 et le premier semestre 2002.
- étude de cas : les contenus en sciences politiques

## 2.1. Genèse du projet

L'université Columbia s'est lancée au milieu des années 1990 dans une stratégie tous azimuts pour devenir une institution de premier plan dans le domaine de l'enseignement en ligne et des nouvelles technologies. A cette fin, l'Université a fondé plusieurs projets à but ouvertement lucratif financés sur la « cagnotte » des sommes versées en paiement des droits afférents aux brevets et droits d'auteurs<sup>14</sup>. Ces fonds propres ont vu leur montant augmenter de manière continue depuis le début des années 1990, et représentent en 2001 plus de 63 millions de US\$/an.

Fathom n'est qu'un élément parmi plusieurs autres du dispositif mis en place par Columbia. Ce dernier comprend notamment en 1999 :

- **Columbia Center for New Media Teaching and Learning (CCNMTL)** chargé de développer les innovations numériques dans l'enseignement traditionnel.
- **Digital Knowledge Ventures (DKV)** qui dépose et commercialise des brevets en matière de nouvelles technologies de l'enseignement.
- **Morningside Ventures**, qui deviendra Fathom.com, structure privée à but lucratif chargée de diffuser auprès d'un large public le capital de connaissances détenu par Columbia et de partenaires choisis rassemblés en consortium.

Plusieurs présupposés idéologiques sont à l'origine du choix de ce type de structure :

- sur le plan institutionnel, elle permettrait davantage de souplesse, de rapidité, de capacité d'innovation et d'adaptation que le cadre administratif et intellectuel classique de l'Université

---

<sup>14</sup> Conséquence du Bayh-Dole Act de 1980 qui autorise les universités à commercialiser directement des inventions faites grâce à des fonds publics et à toucher l'ensemble des droits afférents, à condition d'en reverser une partie aux inventeurs et de consacrer le solde au soutien de la recherche scientifique et des initiatives pédagogiques. L'existence de cette manne explique le dynamisme des universités américaines en matière de nouvelles technologies.

- sur le plan financier, elle offrirait davantage de latitude pour la levée de capital-risque et est supposée limiter les pertes de l'Université en cas d'échec
- sur le plan stratégique, elle faciliterait les négociations avec différents partenaires et la redistribution des bénéfices et des responsabilités entre eux, tout en protégeant l'autonomie et les intérêts stratégiques de l'Université Columbia.

A sa fondation, en avril 1999, Morningside Ventures Inc. commence à travailler à partir d'un capital propre de 10 millions d'US\$, issu d'une subvention exceptionnelle en faveur des nouvelles technologies. La direction de la jeune pousse est confiée à Ann Kirschner, titulaire d'un doctorat de langue anglaise à Princeton, qui après avoir commencé sa carrière, au début des années 80, en accompagnant l'essor de la télévision par câble et par satellite, venait de se faire remarquer en redressant la National Football League.

Le *business plan* initial de Fathom s'appuie sur l'idée de vendre aux 99 % de la population qui n'ont pas fréquenté de prestigieux établissements d'enseignement, une formation initiale de haute qualité, sous forme de cours et séminaires, et un environnement d'étude favorable sous forme d'une bibliothèque d'usuels et de manuels en ligne, de conférences de haut niveau, d'expositions virtuelles, de la vente à distance de livres choisis, etc.

Pour ne pas réduire l'offre à celle proposée par Columbia, la nouvelle structure s'adjoint des partenaires internationaux de plusieurs types : British Library et London School of Economics (LSE), Cambridge University Press pour le Royaume Uni, Smithsonian Museum of Natural History et la New York Public Library pour les Etats-Unis sont les premiers membres de ce consortium.

Le schéma initial est le suivant : Morning Side Ventures Inc. met en place une plateforme technique nommée Fathom, structure les premiers contenus fournis par les institutions partenaires, les diffuse, les vend et leur redistribue 80 % des bénéfices. Le public pourra trouver des contenus gratuits, des séminaires à prix modérés (<50 US\$ ) qui doivent lui donner envie de souscrire aux cours les plus chers (de 600 à 1200 US\$ ). Le site ouvre au public le 3 avril 2000, et le plan initial prévoit qu'il deviendra rentable dès 2003.

## **2.2. Organisation**

Morningside Ventures est devenu Fathom Knowledge Network Inc. début 2000.

En tant que société privée, Fathom dispose d'une équipe de direction et de son propre conseil d'administration. En tant qu'émanation coûteuse de Columbia, Fathom est aussi soumise à une instance de contrôle administratif, depuis 2001. Enfin, en tant que diffuseur de contenus « certifiés », le site est aussi soumis au contrôle, consultatif, de deux conseils universitaires chargés de valider les documents proposés sur le site.

### 2.2.1. L'administration de Fathom

1) **L'équipe de direction (Fathom's Team)** : composée de cinq membres autour de Ann Kirschner, CEO depuis l'origine. La directrice financière et le vice président de Fathom (chargé de l'administration du site) sont comme Ann Kirschner, issus du monde de la télévision câblée (MTV et Thirteen/Wnet). Les deux autres membres de l'équipe de direction sont le responsable des alliances stratégiques et du marketing et un directeur informatique.

2) **Le conseil d'administration (Fathom's Board)** : composé de six membres, dont trois sont issus de l'administration de Columbia, dont Michaël Crow, Recteur Adjoint de l'Université, instigateur de la création de Fathom, les deux autres étant membres du « Board of Trustee » de l'Université. Le Conseil comprend également un représentant de la LSE et un représentant d'une entreprise de capital risque.

3) **L'organe de contrôle** : en février 2001, Fathom ayant déjà mangé ses deux premières dizaines de millions de US\$, le comité chargé du budget, de l'éducation, des affaires extérieures et de la vie scolaire de Columbia s'inquiète et obtient la création d'un organisme de contrôle de Fathom. Le **Online Learning and Digital Media Initiatives Committee (OLDMIC)** est chargé de recenser les activités multimédias de l'université, les évaluer, se renseigner sur les politiques suivies en la matière dans d'autres établissements, trouver des alternatives pour désamorcer les tensions entre enjeux commerciaux et universitaires, faire de recommandations en vue de meilleures pratiques. Dans les faits, ce comité de huit membres obtient en 2002 l'arrêt des subventions de développement accordées à Fathom.

### 2.2.2. Les instances de validation intellectuelle

Afin de maintenir la ligne éditoriale du site et sa qualité générale, Fathom est coordonné par deux groupes distincts.

1) un groupe de professeurs et d'administrateurs du Columbia University Teacher's College, qui valide tous les cours offerts sur le site

2) **l'Academic Council**, conseil consultatif universitaire qui supervise tous les autres documents offerts sur le site et qui garantit leur niveau de qualité éditoriale et

universitaire. Ce conseil est placé sous la présidence de Jonathan Cole, Recteur de Columbia University, et compte un représentant de chaque institution membre du consortium. Son rôle est avant tout celui d'un patronage symbolique.

### 2.2.3. Conclusion

Son statut de firme privée confère à Fathom Inc. une certaine autonomie. Deux instances symboliques comprenant des représentants venus d'horizons divers sont chargées de contrôler cette autonomie, sans grande influence réelle. Seuls les deux organismes directement issus de Columbia University, le OLDMIC, et dans une moindre mesure le Teacher's Council, ont le pouvoir d'infléchir les directions impulsées à l'entreprise par la charismatique Ann Kirschner.

## 2.3. Associés et partenaires du consortium Fathom

L'une des principales caractéristiques de Fathom est de fédérer des organismes de différentes natures, publics, parapublics et privés.

Comme on l'a vu, Fathom se charge entièrement du développement des contenus issus des associations membres du consortium et n'offre (ne vend) qu'une plate-forme de diffusion et un label de qualité aux contenus produits et développés par ses partenaires.

La composition du consortium et du groupe de partenaires est significative :

	Membres du consortium	Partenaires	Total	Total (%)
<b>Privé (total)</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>(22 %)</b>
<b>Public/Parapublic</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>24</b>	<b>(78 %)</b>
Universités	4	12	16	(52 %)
dont universités privées	4	7	11	(35 %)
Bibliothèques	2		2	(6 %)
Musées	4		4	(12 %)
Centres de recherches	2		2	(6 %)
Editeurs	1	6	7	(22 %)
Total	13	18	31	(100 %)

Fathom est un organisme privé à but lucratif qui fédère au sein d'un consortium, principalement des institutions publiques ou parapubliques (universités privées) et une maison d'édition universitaire, la Cambridge University Press. Tous les acteurs institutionnels de la création de contenus sont représentés : universités, mais aussi bibliothèques, musées, centres de recherches, éditeurs. Toutes les institutions d'enseignement présentes dans Fathom sont classées au niveau R1, le plus haut niveau du Carnegie Institution's classification system.

La plus grande part des représentants du secteur commercial est tenue à l'écart du consortium proprement dit. Ces acteurs de la production de contenus sont associés au site en qualité de « fournisseurs de contenus ». Les plus commerciaux d'entre eux ne sont même pas présentés sur la page d'accueil du site comme des partenaires à part entière (Xanedu, Kaplan, Widelearning, EBSCO). Fathom a également conclu un partenariat avec deux libraires en ligne, Blackwell's Retail et Amazon, et prélève un faible pourcentage sur la vente des ouvrages proposés dans les centres de connaissances et bibliographies des cours.

Jusqu'à présent, les relations commerciales liant les membres du consortium à Fathom étaient relativement peu contraignantes : les personnels des institutions partenaires écrivaient les cours, articles, rassemblaient les documents afférents et Fathom se chargeait du développement informatique. En 2001, les membres du consortium ont dû souscrire à hauteur de 1% au capital de Fathom Inc. (soit environ 4000 US\$). Columbia, dans le rapport de l'OLDMIC d'avril 2002, préconise désormais un investissement financier plus important de leur part. En effet, le développement d'un long e-cours peut coûter jusqu'à 1 million de US\$ pour les plus chers d'entre eux et même un e-cours de dimension modeste coûte entre 30 000 et 50 000 US\$ et exigerait donc de 800 à 1000 utilisateurs payants 50 US\$ pour être amorti, et davantage pour produire des bénéfices.

#### **2.4. Les premiers résultats ne sont pas à la hauteur des espérances... ni des investissements**

De 1999 à 2001, 18,7 millions de US\$ ont été dépensés pour lancer Fathom dont 8,7 millions de US\$ pour la seule infrastructure technique. En 2001, Columbia University injecte à nouveau 14 millions de US\$ dans le projet.

Les recettes totales s'élèvent en avril 2002 à 0,7 millions de US\$.

Le déficit net du projet, s'il devait s'arrêter aujourd'hui, s'élèverait à 32 millions de US\$. Sa capitalisation en terme d'image est faible, le projet n'ayant pu faire l'objet, comme prévu, d'une campagne marketing de grande ampleur en septembre 2001. Son plan de communication se base actuellement sur le seul bouche à oreille entre étudiants au sein des institutions partenaires. Le réseau mis en place et les contenus proposés sont en revanche d'une grande qualité.

Il n'a pas été possible de trouver des chiffres complètement dignes de foi sur la consultation et les achats en ligne sur Fathom : les informations communiquées par la société font état, pour l'année 2001, de 750 000 visiteurs uniques, de 100 000 usagers enregistrés et seulement de quelques centaines d'acheteurs<sup>15</sup>.

---

<sup>15</sup> Chiffres cités dans une étude de cas sur Fathom faite par l'université de Berkeley, [en ligne] Disponible à : <http://ishi.lib.berkeley.edu/cshe/projects/university/ebusiness/fathom.html>

Ce dernier chiffre montre l'ampleur de l'échec du *business plan* initial.

### **3. Une étude de cas : l'exemple des sciences politiques sur Fathom.com**

Pour évoquer les contenus du site Fathom.com, leur organisation très élaborée et favoriser la comparaison avec l'étude du modèle proposé par Merlot, nous avons choisi de nous appuyer sur une analyse détaillée du domaine des sciences politiques, particulièrement pertinent dans le cadre du projet MANUM.

#### **3.1. Méthodologie de l'étude**

A partir de février 2002, un membre du groupe s'est inscrit comme usager du site Fathom, en utilisant deux adresses *Yahoo*. Il a souscrit sur une adresse un abonnement aux newsletters du domaine « Law and Politics » proposé par le site Fathom et demandé à être tenu au courant des nouveautés dans ce domaine. Sur l'autre, il a sélectionné tous les centres d'intérêt.

Il a ensuite étudié les différents moyens d'accéder aux contenus en sciences politiques sur fathom.com (learning center et course directory), consulté toutes les pages libres d'accès, souscrit des abonnements à tous les contenus gratuits et consulté toutes les fiches relatives aux contenus payants.

Les critères retenus étaient les suivants :

Titre / Origine du contenu (nom du membre du consortium ou du partenaire commercial responsable du contenu) / Type de document (dans la typologie Fathom) / Prix / Répertoire où est proposé la ressource (Course Directory ou Learning Center) / Disponibilité / Liens proposés

On pourra se reporter au tableau récapitulatif en annexe qui reprend les éléments de cette visite systématique.

#### **3.2. Résultats**

##### **3.2.1. Identification et inscription**

L'inscription à la lettre d'information confirme ce qu'a appris l'analyse institutionnelle. Durant les trois mois d'inscription, aucune lettre ou information d'aucune sorte n'a été reçue. L'activité de Fathom est visiblement réduite, faute de moyens, et le service aux usagers inscrits s'en ressent. En revanche, l'inscription à Fathom avec mention de tous

les centres d'intérêt a suscité deux offres promotionnelles par quinzaine sur les cours gratuits et payants proposés via Fathom.

La charte de confidentialité du site est respectée et les deux adresses n'ont été communiquées à aucun partenaire commercial durant la période de test.

### 3.2.2. Organisation des contenus

#### 3.2.2.1. *Contenus propres au e-learning (Course Directory)*

Fathom propose d'abord un catalogue de cours, destinés aux usagers souhaitant suivre une formation initiale, le plus souvent payante. La partie du site spécialisée en la matière est le « Course Directory ». Les produits proposés dans ce cadre sont les suivants :

- Semester-Length Courses (semestre de cours pouvant donner lieu à validation officielle des acquis) ;
- Short e-Course (4 semaines de formation autonome),
- Free Seminar (initiation gratuite d'une à deux heures),
- Professional Development (formation professionnelle),
- Degree Program (formation complète donnant lieu à validation officielle),
- Certificate Program (formation partielle donnant lieu à validation officielle),
- Course Materials (dossiers documentaires multimédia servant de base à l'apprentissage)

#### 3.2.2.2. *Autres types de contenus complémentaires (Learning Centers)*

Le business plan de Fathom prévoyait également d'amener l'internaute à acheter des produits payants en lui offrant un environnement assez large de ressources gratuites organisés en domaines thématiques. Ces domaines sont les « learning centers ».

- Features (conférences, articles, mini-expositions virtuelles, de 2 à 6 pages)
- References (articles d'encyclopédies en ligne sur Fathom, spécialisées dans le domaine)
- Books (bibliographie de livres papiers disponibles sur le sujet, lien vers Amazon et Blackwell's pour les acheter)
- Links (sélections de liens hypertextes pertinents).
- Les Learning Centers proposent aussi, pour chaque thème, des cours choisis.

## 3.2.3. Résultats propres aux sciences politiques

**Synthèse de l'analyse de la section « Law and Political Science » Political Science » du Course Directory de Fathom.com**

Nombre total de produits annoncés	33	
Nombre réel de produits ( résultats dédoublonnés)	28	
Semester Length Courses (SLC)	10	35%
Learning Material (LM)	8	29%
Short e-course (SEC)	7	25%
Free Seminar	3	11%
Nombre de cours indisponibles	3	10%
Prix moyen du SLC	500 US\$ (sans validation)	
Prix moyen du LM	11,30 US\$	
Prix moyen du SEC	45 US\$	

Les contenus d'e-learning sont en majeure partie payants ce qui n'a pas permis d'évaluer de manière fine dans quelle mesure ils se rattachent à l'e-learning et par quels traits ils s'apparentent plutôt à des manuels en ligne, complémentaires des cours magistraux et TD sur le terrain. On ne peut que faire les deux suppositions suivantes :

- le cas des contenus donnant lieu à validation des connaissances acquises après le cycle de formation s'apparente à une forme de substitution par rapport à la formation classique, et sort de la logique du manuel.
- en revanche, les cours d'initiation, sans support pédagogique particulier, paraît relever de la translittération et de l'enrichissement multimédia des traditionnels manuels de premier cycle.

Les proportions de cours proprement dits (SLC) est inférieure à celle des dossiers documentaires. En effet, les e-courses comprennent du texte, de la vidéo, des transcriptions de récits, mais aussi des diaporamas commentés, des photographies historiques et des galeries de documents primaires, par exemple un dossier d'affiches numérisées pour les trois e-courses consacrés au *Pouvoir de la non-violence*<sup>16</sup>. Il s'agit là de véritables dossiers documentaires faisant appel à des contenus éditoriaux. Les Learning Materials sont, dans le domaine des sciences politiques, uniquement des produits Xanedu (Digipacks), consistant en un choix d'articles de magazines ou de revues spécialisées, de documents primaires (images et textes), d'études de cas et d'une sélection de liens internet.

Au delà de ces quelques constats, il est intéressant de voir, que pour chaque séminaire ou e-course, dès la notice de présentation, sont proposés une bibliographie, et des connaissances liées issues des « Learning Centers », c'est à dire tout un environnement éditorial favorable à l'apprentissage. En moyenne une demi-douzaine de « related

<sup>16</sup> Cf. annexe 2.2, Non violent power in action.



learning » sont proposés pour chaque cours et trois manuels papiers sont recommandés. Des cours dans le même domaine ou apparentés sont aussi proposés, le but de Fathom étant avant tout de vendre le plus possible de contenus.

Dans le domaine des sciences politiques, les principaux fournisseurs de cours sont huit établissements d'enseignement : quatre appartiennent au consortium, quatre ne sont que partenaires de Fathom. Tous les supports pédagogiques en la matière sont des Digipacks de la société Xanedu.

### **Synthèse de l'analyse de la section Laws and Politics > Political Science du Learning Center de Fathom.com**

L'exploration de ces contenus gratuits est moins facile que celle des descriptifs des cours payants, car la section "Political Sciences" est subdivisée en neuf sous-thèmes.

<b>Sous-Thèmes</b>	<b>Cours</b>	<b>Features</b>	<b>References</b> <sup>17</sup>	<b>Livres</b>	<b>Liens</b>
Political Sciences	2	4	21	1	0
American Politics	16	45	9	23	13
Other Political Sciences	0	7	23	6	1
Political Philosophy	13	33	26	13	7
Comparative Politics	8	7	21	7	2
Political Economy	5	34	21	29	6
Political Systems	2	4	21	1	
International Relation	1	51	17	37	16
Political Organisation and Parties	7	22	42	34	5
Race, Ethnicity and Politics	15	50	11	32	7
<b>Nombre moyen de ressources par sous-thèmes</b>	<b>7</b>	<b>25</b>	<b>21</b>	<b>18</b>	<b>3</b>

On voit que Fathom propose, pour chaque sous-thème, un véritable réseau de ressources, intimement liées entre elles et formant des corpus cohérents et complémentaires. Le site fait là un véritable travail éditorial, validant les liens, proposant des usuels de premiers recours, etc.

Il est cependant très difficile de déduire le nombre total de ressources disponibles en sciences politiques sur Fathom, les références proposées pour chaque thème se recouvrant partiellement : une observation empirique laisse supposer qu'environ 50% des ressources sont présentes dans plusieurs sous-thèmes. On arrive donc à un nombre d'environ 35 cours, 125 « features », une centaine de références (articles de dictionnaires et encyclopédies), 90 titres recommandés et des liens vers une douzaine de sites, principalement ceux des institutions partenaires.

<sup>17</sup> Notices issues du *Cambridge Dictionary of Philosophy*, de la *Social Science Encyclopedia* et de la *Columbia Encyclopedia* (6<sup>th</sup> édition).

Ces estimations grossières donnent une idée de la richesse du contenu éditorial en sciences humaines proposé sur le site fathom.com, en marge de l'e-learning proprement dit.

### **3.3. Bilan de l'étude de cas**

Cette étude de cas, limitée à un échantillon du site pluridisciplinaire de Fathom correspondant aux priorités de Manum permet de tirer les observations suivantes :

#### **Points négatifs**

- subtilité voire complexité de l'organisation des contenus, qui n'est pas immédiatement compréhensible par le visiteur. La richesse du contenu de Fathom, notamment gratuit, n'est pas évidente au premier abord.
- Gonflement artificiel du volume de documents disponibles par l'extrême subdivision des « Learning Centers », et le recouvrement partiel des références proposées dans les différentes thématiques
- La majeure partie des contenus sont payants, et pour les e-cours proprement dits, fort chers. Ce côté mercantile lié à la haute qualité universitaire des contenus est un peu déroutant.
- Actuellement, environ 10 % des cours proposés sont indisponibles, principalement ceux des universités partenaires non membres du consortium, peut-être du fait de la crise institutionnelle que traverse Fathom.
- le service de push (envoi d'informations personnalisées) est décevant. Cela est peut-être également dû à la réduction actuelle des activités de Fathom

#### **Points positifs**

- Qualité de la description des cours avant l'achat
- Quantité, qualité, pertinence, complémentarité des ressources gratuites
- Richesse du dialogue entre les différents contenus proposé par Fathom : chaque document est lié à toutes les autres ressources disponibles susceptibles d'intéresser l'internaute en fonction de son centre d'intérêt initial.

## **4. Conclusions sur le modèle « privé-public »**

### **4.1. Fathom aujourd'hui**

Le projet Fathom a vu ses orientations stratégiques radicalement modifiées par son principal pourvoyeur de fonds, l'université Columbia à la fin du mois d'avril 2002.

Les conclusions du rapport d'avril 2002 de l'OLDMIC<sup>18</sup> sont en effet les suivantes :

1. L'université continue à payer pour Fathom, mais limite ses investissements au niveau minimum pour assurer le maintien des opérations de base
2. Fathom doit se concentrer sur des opérations de marketing et de publicité pour le consortium et lancer des programmes propres à fédérer les forces de ses partenaires. Parallèlement Fathom doit cesser de s'occuper de la production de e-cours ou de contenus, de la même manière qu'un éditeur ne doit pas se mêler d'écrire des livres.
3. Fathom doit s'intégrer davantage dans la stratégie de l'Université, dans la mesure où il n'atteindra pas à une vraie autonomie à moyen terme
4. Fathom doit repenser son *business plan* selon les axes suivants :
  - mutualiser les moyens techniques de l'Université
  - cibler son marché, et abandonner l'idée de servir à tout le monde
  - faire de l'offre en ligne un complément indispensable aux cours et non essayer de s'y substituer.

Les bases nouvelles de Fathom, agrégateur de contenus développés par des partenaires privés et publics, appelé à se concentrer sur son métier de diffuseur fédérateur, est un modèle intéressant pour les membres du consortium Manum qui ne disposent pas d'une « cagnotte » comparable à celle de Columbia University pour maintenir durant deux ans un modèle fonctionnant mal...

#### **4.2. Enseignements du modèle Fathom pour le projet Manum**

Les points d'achoppement rencontrés par Fathom comme ses incontestables réussites sont riches d'enseignements pour le cas français.

##### **1. Objectifs et moyens initiaux**

Les opportunités et choix politiques initiaux de Fathom étaient les suivants :

- existence d'une « cagnotte » importante
- créer une structure séparée de l'université pour permettre des partenariats, notamment avec des acteurs privés
- vendre tout ce qui est payant dans le monde réel (cours, manuels, livres papier, etc.), distribuer gratuitement ce qui y est disponible gratuitement (conférences, consultation ponctuelle d'usuel)
- unifier l'offre d'e-learning, à travers un portail certifiant la qualité des contenus.
- ouvrir à « tous les publics » les richesses d'institutions privilégiées

---

<sup>18</sup> *Interim Report*, 23 avril 2002, Online Learning and Digital Media Initiatives Committee [http://www.columbia.edu/cu/senate/annual\\_reports/01-02/InterimReport41502.htm#\\_ftn2](http://www.columbia.edu/cu/senate/annual_reports/01-02/InterimReport41502.htm#_ftn2).

- se positionner tôt et de manière ambitieuse dans le domaine encombré du e-learning

## **2. Echecs manifestes**

La « cagnotte » est épuisée

Aucun retour sur investissement

Pas de public suffisant pour les produits de e-learning les plus chers

Manque de visibilité

## **3. Conclusions**

Les gens ne sont pas prêts à payer pour acheter sur Internet ce qu'on trouve à l'université (formation, cours, diplômes).

L'université n'est pas prête à payer pour vendre, à perte, ses contenus aux gens de l'extérieur.

L'autonomie d'une structure privée à but lucratif financée par des partenaires publics doit être tempérée par des instances de contrôle et de régulation fortes.

Le modèle à but lucratif, en l'absence de niche marketing spécialisée, n'est pas rentable à ce jour. Seules des institutions publiques peuvent maintenir ce type d'offre le temps que se crée un marché suffisant.

La nouvelle tendance est d'arrêter de raisonner en terme d'offre de substitution de services universitaires à destination de gens extérieurs à l'université et de penser en termes de complémentarité par rapport aux enseignements à l'ancienne mode à destination du public étudiant. Fin du e-cours autonome, trop coûteux.

Orientation vers le e-manuel : aide contextuelle, supports de cours. Ce constat intéresse au premier chef Manum.

## **4. Deux réussites de Fathom**

- L'idée d'une structure autonome permettant de nouer des partenariats avec des acteurs commerciaux et d'administrer une plate-forme technique et marketing, à condition de prévoir des règles de contrôle par le ou les partenaires publics qui la financent.
- L'organisation des contenus basée sur la complémentarité des supports et le dialogue des contenus entre eux.

## Partie 3 : Merlot

### 1. Le modèle coopératif de Merlot

#### 1.1. Grille d'analyse du site de Merlot

<p><b>MERLOT</b>  <b>Multimedia Educational Resources  for Learning and Online Teaching</b>  <a href="http://www.merlot.org">http://www.merlot.org</a>  <b>Dernière consultation : mai 2002</b></p>
---

Merlot est une plate-forme coopérative de ressources pédagogiques en ligne. Il se présente comme une alternative aux modèles éditoriaux commerciaux.

<b>Présentation</b>	
<p>Origine du projet (contexte – promoteurs initiaux –date de création)</p>	<p>Fondé en 1997 par l'Université d'Etat de Californie (<i>California State University Center for Distributed Learning CSU-CDL</i> at <a href="http://www.cdl.edu">www.cdl.edu</a>) dans le cadre d'un appel d'offre de la Fondation NSF (<i>National Science Foundation</i>) « <i>Authoring Tools and An Educational Object Economy (EOE)</i> » <a href="http://www.eoe.org">www.eoe.org</a> et avec le soutien d'Apple ;</p> <p>Sélectionné en 1998 par le <i>State Higher education Executives Organization/American Productivity and Quality Centre (SHEEO/APC)</i> comme un des six meilleurs programmes de cette nature dans le pays, Merlot est rejoint par 3 autres universités (<i>University of Georgia System, Oklahoma State Regents for Higher Education, University of North Carolina System</i>) qui forment un consortium informel ;</p> <p>En 1999, les quatre institutions formalisent leur coopération et décident d'investir dans le développement du système (20 000 US\$ de crédits par participant pour le logiciel, 30 000 US\$ d'apports en nature et en personnel par participant pour le développement des contenus et du projet) ;</p> <p>En 2000, 23 institutions ont rejoint Merlot en devenant des partenaires institutionnels du projet (droit d'entrée pour chacun : 25 000 US\$ )</p> <p>En 2002, 22 institutions continuent de participer formellement au consortium ; le CSU coordonne toujours le projet.</p>
<p>Autour de quelles compétences s'est construit le projet (techniques, éditoriales)</p>	<p>Compétences techniques et pédagogiques du <i>California State University Center for Distributed Learning CSU-CDL</i></p> <p>Depuis 2001, recrutement d'un directeur chargé de la réorganisation : Dr. Ed Cooper, CEO</p>

Statut (public/privé) – Actionnaires actuels (liens avec acteurs du secteur du livre – liens avec sociétés IT)	<p>Consortium coopératif à but non lucratif entre universités et institutions de l'enseignement supérieur (publiques et privées) ;</p> <p>Les « actionnaires » sont des universités, des <i>consortia</i> d'universités et de <i>colleges</i> ou des regroupements professionnels académiques spécialisés dans l'enseignement à distance (liste jointe en fin de document) ;</p> <p>Pas de liens avec des éditeurs ou des sociétés IT.</p>
<b>« Proposition commerciale »</b>	
Positionnement – Place dans la chaîne de diffusion (prestataire technique de numérisation, agrégateur de contenus pour la diffusion)	<p>Plate-forme coopérative donnant gratuitement accès à une base de données structurée de contenus numériques disponibles sur le web validés et sélectionnés par des enseignants (<i>peer review</i>) : un outil de signalement, d'évaluation et de sélection de documents numériques pédagogiques pour la préparation et l'animation de cours ; un site de liens ; un agrégateur de contenus produits dans l'université, souvent hors du circuit éditorial classique ;</p> <p>Espace « communautaire » virtuel pour des communautés d'enseignants (lieu d'échanges, de contacts, d'évaluation et de valorisation des travaux des enseignants et des chercheurs) ; il existe 13 « communautés de disciplines » formalisées en 2002 (liste <i>infra</i>) ;</p> <p>Un modèle qui se positionne en dehors des circuits commerciaux et qui se veut une alternative à ceux-ci : « <i>a project for transforming higher education</i> »</p>
Cible(s) (bibliothèques, enseignants, étudiants, et quel(s) niveau(x)/disciplines)	<p>Cible prioritairement les enseignants de l'enseignement supérieur (<i>college, undergraduate and graduate studies</i>), mais le site est accessible à tous ;</p> <p>En mai 2002, plus de 8000 membres inscrits.</p> <p>La plupart des disciplines sont représentées (notamment les sciences sociales : science politique, anthropologie, droit, histoire, sociologie, sciences cognitives, statistiques, gestion et économie) mais assez inégalement : le nombre, le niveau et la qualité des ressources documentaires varient selon les domaines (cf. <i>infra</i>)</p>
Services additionnels (possibilités d'annotation, outils de travail collaboratifs, ...)	<p>Informations juridiques (droits), économiques (coûts) et techniques (spécifications) propres aux documents signalés</p> <p>Possibilité de consulter et d'ajouter des commentaires évaluant la qualité des sites (classement, étoiles...) et des comptes rendus d'expériences pédagogiques menées à partir de ces ressources (<i>learning assignments</i>)</p>
Nature du contenu diffusé : livres spécialisés, manuels, documents de références, articles presse quotidienne ou magazine, documents audio/vidéo,...	<p>Notices renvoyant vers des liens</p> <p>Les liens renvoient vers des sites présentant des documents de natures diverses classées en grandes catégories : matériel de référence, exposé, simulation, collection... et par supports : texte numérisé, images et animations 3D, son numérisé, vidéos, power-point, schémas et graphiques... beaucoup de contenus multimédias, plus nombreux que les simples textes numérisés.</p>
Définition du contenu : texte intégral – références – liens utiles	<p>Notice descriptive et analytique avec lien vers l'URL où le document est localisé ; pas de texte intégral ni de ressources directement hébergées sur le site.</p>
Volume de contenu proposé	<p>Environ 6700 notices et liens en mai 2002, dont :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- env. 600 items en sciences sociales,</li> <li>- env. 100 items payants</li> <li>- env. 100 items avec restriction d'utilisation liées au respect du droit d'auteur</li> </ul>
Origine du contenu (principaux éditeurs concernés,...)	<p>Sources variées ; principalement des sites universitaires et éducatifs ainsi que des sites gouvernementaux, institutionnels, associatifs et personnels ; des sites commerciaux également (mais peu nombreux) donnant gratuitement accès à une partie de leurs contenus.</p>

Langues proposées	Anglais principalement, mais d'autres langues sont représentées (allemand, espagnol, français...)
<b>Pédagogique</b>	
Relations avec les universités	Très fortes et très nombreuses puisque les personnels enseignants et chercheurs sont à la fois des producteurs, des évaluateurs et des utilisateurs du site.
Services proposés aux professeurs	Cf. <i>supra</i> .
Présence d'une plate-forme (Webcity, Blackboard, Learning Space...)	Non, pas de plate-forme commercialisée, seulement une base de données (catalogue des ressources documentaires et répertoire des membres) assortie d'informations institutionnelles régulièrement actualisées type « nouveautés sur le site » ou « calendrier »
<b>Economique</b>	
Modèle économique retenu : type de flux financiers (qui paye quoi ?) et sens des flux financiers	Modèle du consortium coopératif et de la subvention: les universités contractantes co-finencent la quasi-totalité du service ; il existe trois niveaux de participation financière annuelle qui déterminent le degré d'implication et le pouvoir de décision de l'université dans l'administration du consortium : 50 000 US\$ (« <i>champion Level</i> ») ; 25 000 US\$ (« <i>Organizational Partner Level</i> ») ; 5 000 US\$ (« <i>Sponsor Level</i> ») ;  Merlot reçoit par ailleurs des subventions de la NSF.
Relations commerciales avec les utilisateurs/clients Aval : bibliothèques, profs ou universités, étudiants (modèle B2B ou B2C ?)	Gratuité totale pour l'utilisateur sauf s'il souhaite avoir accès à des ressources signalées mais payantes (en ce cas, il paie directement au diffuseur ou à l'éditeur de ces ressources) mais cela ne concerne qu'une petite partie des ressources signalées.  Deux types d'utilisateurs : utilisateur non-membre (utilise le site et ses ressources en lecture seule) ; utilisateur membre (inscription gratuite mais donnant lieu à identification), qui peut commenter et enrichir les ressources du site (donc lui donner, bénévolement, de la valeur) mais aussi promouvoir par ce biais ses propres travaux.  Les membres des comités éditoriaux de chaque discipline (mis à disposition par les universités contractantes) évaluent et valident les nouvelles propositions de liens vers des ressources ( <i>peer review</i> ) avant diffusion sur le site.
<b>Technique</b>	
Techniques de numérisation éventuellement retenues – Format(s) utilisé(s) – Nécessité d'un reader spécifique	Les spécifications techniques varient selon le type de document et la configuration du site hébergeant le document-source ; pas besoin de <i>reader</i> spécifique pour accéder au site lui-même et à son catalogue ; pas de numérisation sur le site même à l'exception des brochures présentant Merlot et les rapports annuels du consortium (fichiers pdf, Acrobat)
Partenaires techniques	Le logiciel de Merlot (OCSK) a été développé par l'Université d'Etat de Californie à partir d'Enhydra, application de serveur Java disponible en open source et produite par Lutris Technologies.

Technologie pour le stockage ou le moteur de recherche	<p>Server-side Java Servlets : Online Community Starter Kit (OCSK) et base de données SQL.</p> <p>La navigation sur le site de Merlot requiert un web browser avec JavaScript acceptant les cookies.</p> <p>Merlot et OCSK sont compatibles avec Netscape 4.x, Explorer 4x. Netscape 4.7 et Internet Explorer 5 sont recommandés.</p> <p>Systèmes d'exploitation compatibles : Unix (Linus, Solaris...), Windows NT/2000, Macintosh OS X.</p> <p>OCSK sait exporter des méta-données (version 1.2.1 IMS Meta-data) au format XML, mais ne sait pas importer de métadonnées au format IMS. Ce développement est prévu.</p> <p>Une procédure détaillée permettant aux utilisateurs de réclamer des développements et améliorations spécifiques du logiciel OCSK est présentée sur le site de Merlot. De nouvelles versions du logiciel sont régulièrement installées.</p>
<b>Juridique</b>	
Droits cédés aux utilisateurs (droit d'impression, durée des droits, possibilité de cession de fichiers acquis,...)	<p>Merlot renvoie vers les restrictions spécifiques en termes de droits pour chacun des documents signalés et se contente d'en préciser le principe dans la notice du document ; mais le consortium ne gère directement aucun droit.</p> <p>On ne peut signaler une ressource électronique dans Merlot sans avoir préalablement obtenu l'accord de son auteur ;</p> <p>De même, on ne peut modifier une notice rédigée par un membre de Merlot sans avoir préalablement obtenu l'accord de l'auteur de la notice.</p>
Techniques de sécurisation des contenus (système de cryptage, système de dégradation de la qualité lors de la copie,...)	Aucune. L'identification des membres n'est requise que si l'on souhaite proposer un nouveau document ou donner son évaluation d'un document de Merlot.
Gestion des droits (mode de reversement des droits,...)	Aucun.

## 1.2. Présentation générale

Le site Merlot n'héberge ni ne vend aucun contenu numérique mais il propose un système de sélection, d'évaluation et de référencement d'outils d'apprentissage (*learning tools*) pour l'enseignement supérieur. Entièrement gratuit pour l'utilisateur, il propose une interface structurée de signalement documentaire encyclopédique à destination des enseignants et des étudiants du supérieur qui peuvent y puiser des documents destinés à la préparation et à l'animation de cours. Merlot ne propose donc pas de manuels numériques à proprement parler, mais l'ensemble des ressources signalées constitue une véritable boîte à outils documentaires pour l'enseignement en ligne.

Les utilisateurs participent à la sélection et à l'expérimentation des ressources électroniques mais la gestion technique et la coordination ainsi que l'évaluation éditoriales sur le modèle du *peer review* sont assurées par des représentants des



universités participant au consortium. Le site propose ainsi un modèle coopératif permettant à la fois le partage des ressources documentaires et la promotion des travaux des enseignants-chercheurs.

Comparé à d'autres entreprises du même type, ce site reste modeste dans ses moyens et ses réalisations. Les recherches effectuées dans la presse spécialisée et sur les sites anglo-saxons consacrés à l'enseignement à distance ont cependant montré qu'il était fréquemment cité ou référencé. Une requête sur le moteur de recherche Google portant sur les termes « merlot.org » donnait, en mai 2002, plus de 1660 réponses, ce qui démontre une assez bonne visibilité. Dans le cadre de la recherche menée pour le projet MANUM, nous avons retenu l'étude de Merlot pour trois principales raisons :

- le mode de financement et de fonctionnement du site présente des caractéristiques susceptibles d'inspirer et de nourrir l'étude menée en France parce qu'il repose sur une culture professionnelle et universitaire du travail en réseau, se distingue nettement d'entreprises à caractère commercial et est soutenu par les pouvoirs publics ;
- son ancienneté (5 ans) apporte la garantie d'une relative fiabilité du site mais donne également la possibilité d'évaluer ses résultats sur une période assez longue et de mesurer ainsi l'efficacité et la viabilité de ce type d'entreprise dans le long terme ;
- les administrateurs du projet Merlot semblent accorder une grande importance à la fois à la transparence de leur entreprise et à l'évaluation de leur travail : ce souci se traduit par la publication sur le site de nombreuses données budgétaires, administratives ou techniques (rapports d'activité, statuts, etc.) ainsi que de plusieurs rapports et statistiques récentes permettant d'évaluer l'activité du site. Dans un secteur fortement concurrentiel où il s'avère très difficile d'obtenir ce type d'informations, il nous a semblé particulièrement intéressant de réunir et d'analyser ces données qui permettent de décrire de façon très détaillée les « coulisses » d'un site de cette nature.

## **2. Les acteurs et leurs interactions**

Contrairement aux sites commerciaux qui placent le plus souvent l'éditeur au cœur du dispositif d'enseignement à distance, Merlot a cette originalité qu'il propose des contenus et des services qui sont, pour la plupart, extérieurs aux circuits commerciaux. Il repose au contraire presque entièrement sur les compétences et la culture des universitaires. C'est ce mode d'organisation et de diffusion alternatif que nous examinons ici.

Nous examinerons successivement les différents acteurs qui participent au fonctionnement et à la vie du site :

- les instances de coordination et de contrôle du site, qui financent et assurent le fonctionnement général de Merlot,
- les « communautés de disciplines », qui regroupent des enseignants-chercheurs organisés en fonction de leurs spécialités, et qui sont chargés de sélectionner, d'évaluer et d'agréger les contenus sur le site, c'est-à-dire de donner de la « valeur ajoutée » aux documents référencés dans Merlot ;
- les auteurs et créateurs des documents numériques signalés par Merlot, qui apportent les « contenus » pédagogiques à proprement parler ;
- les utilisateurs du site, qui participent également à son enrichissement.

## **2.1. Les instances de coordination et de contrôle du site**

### 2.1.1. Fonctionnement

**Adhésion au consortium :** Les conditions d'adhésion au consortium et l'historique de sa création sont présentés dans la grille qui précède et on trouvera la liste complète des partenaires institutionnels de Merlot en annexe. Les modalités précises d'engagement des partenaires à l'intérieur du consortium sont décrites dans plusieurs documents disponibles sur le site, notamment un *Memorandum of Understanding* qui rappelle les valeurs éthiques et professionnelles qui doivent être respectées au sein du groupe (critères d'évaluation, par exemple). Un document spécifique, le *Project Alliances*, tient lieu de convention entre Merlot et l'établissement contractant. Cette convention prévoit généralement l'attribution de bourses pour des enseignants-chercheurs ou leur mise à disposition partielle au service de Merlot, le partage de ressources technologiques, l'organisation de formations communes ou encore l'échange réciproque d'informations dans le domaine des ressources technologiques au service de l'enseignement supérieur. Le consortium continue d'inviter de nouveaux partenaires à le rejoindre afin d'augmenter ses moyens financiers qui semblent être devenus insuffisants : de nouveaux investissements sont en effet nécessaires pour assurer le développement, notamment technique, du site. Cette situation conduit aujourd'hui les responsables de Merlot à envisager de remplacer prochainement la structure administrative actuelle par une autre, qui resterait néanmoins non lucrative. La nomination récente d'un nouveau directeur à la tête de l'équipe de direction témoigne de cette volonté de changement mais peut-être aussi des limites du modèle purement coopératif au-delà d'un certain seuil d'activité.

**Recettes** : chaque établissement contribue au budget de fonctionnement annuel de Merlot à hauteur de 25 000 US\$ , ce qui représente un budget total de 550 000 US\$ . Les contributions en nature (moyens humains et techniques) sont estimées à 1,75 million de dollars. Au total, la contribution des membres du consortium représente 74% des recettes de Merlot. Les 26% restants proviennent de subventions de l'Université d'Etat de Californie et de la National Science Foundation.

Contributions membres	Contributions membres en nature	Université d'Etat de Californie	National Science Foundation	Total des recettes
550 000 US\$	1,75 M US\$	600 000 US\$	187 000 US\$	<b>2,087 M US\$</b>

*(Source : Rapport d'activité de Merlot 2001)*

**Dépenses** : Les principaux postes de dépense du consortium sont les suivants :

Fonctionnement des membres (en nature)	Rémunération des personnels	Organisation d'événements	Frais de déplacement et de mission	Infrastructure informatique et logicielle	Organisation et évaluation
1,75 M US\$	800 000 US\$	200 000 US\$	180 000 US\$	50 000 US\$	90 000 US\$

*(Source : Rapport d'activité de Merlot 2001)*

**Moyens humains** : chaque établissement partenaire met à la disposition du consortium 8 enseignants-chercheurs ainsi qu'un directeur de projet. Chacun d'eux travaille à mi-temps, ce qui constitue au total (hors personnel coordinateur et technique à l'Université d'Etat de Californie) un effectif de **92 équivalents temps plein** au service de Merlot. L'équipe de direction et d'administration du consortium comptait en outre **17 agents à temps plein** en 2001.

**Chiffres clés** : Les administrateurs de Merlot indiquent dans la brochure de présentation du consortium que le site est associé à pas moins de 1400 institutions, s'adresse à 350 000 enseignants et touche environ 7,5 millions d'étudiants : il semble que le mode d'agrégation de ces chiffres soit quelque peu artificiel, il témoigne en tout cas des ambitions élevées des promoteurs du projet.

#### 2.1.2. Le conseil d'administration (*Project Directors' Council*)

Chacun des établissements qui participent au consortium désigne un directeur de projet chargé d'assurer le lien entre Merlot et son établissement. Il est notamment responsable de la promotion du site sur son campus ainsi que du recrutement des enseignants et des chercheurs qui participent aux comités éditoriaux et d'évaluation du consortium. Le conseil d'administration réunit l'ensemble des directeurs de projet. Il représente les

intérêts des partenaires du consortium et les défend auprès de l'équipe de Direction de Merlot. Il est également chargé d'évaluer l'efficacité et la qualité du programme Merlot.

#### 2.1.3. Le conseil scientifique (*Transition Advisory Board*)

Ce conseil réunit douze personnalités reconnues pour leur expertise dans le domaine des technologies éducatives, ainsi que des représentants du Conseil d'administration et de l'équipe de direction. Il est chargé d'assister ces deux instances dans la programmation des activités et du développement de Merlot à long terme.

#### 2.1.4. L'équipe de direction (*Administrative Team*)

Basée à l'Université d'Etat de Californie, elle est chargée du développement et de la gestion quotidienne du site web de Merlot ainsi que de la programmation et de la stratégie d'évolution du projet. Les partenaires de Merlot externalisent auprès de cette structure coordinatrice l'ensemble des activités de gestion, de communication, de design et de services liées au projet.

#### 2.1.5. Les comités éditoriaux et d'évaluation (*Peer review Editorial Boards*)

Chacune des communautés universitaires (*discipline communities*) dispose d'un comité éditorial qui est chargé de définir les critères d'évaluation des documents et de procéder à cette évaluation dans le domaine de spécialité. Les membres de ces comités, désignés dans les établissements partenaires, peuvent également contribuer à enrichir directement la base de données de Merlot.

A l'intérieur de chacun de ces comités sont désignés deux responsables éditoriaux chargés de superviser et de coordonner les activités du groupe. Les responsables éditoriaux de chacun des groupes se réunissent au sein d'un autre conseil, le Conseil des responsables éditoriaux (*Discipline Co-Editors' Council*).

## 2.2. Les « communautés de disciplines » et le protocole d'évaluation des sites

Merlot se présente non seulement comme un outils d'évaluation et de signalement, mais également comme un cadre fédérateur pour les communautés universitaires appelées. Ces communautés regroupent des spécialistes d'un domaine d'enseignement qui participent à l'enrichissement et à l'évaluation du site et qui portent un intérêt marqué pour l'enseignement à distance dans leur discipline. Il s'agit, pour l'essentiel des enseignants-chercheurs désignés dans chacune des universités partenaires du consortium. Ceux-ci forment des communautés à la fois virtuelles et physiques puisque

les membres collaborent à distance pour évaluer les sites mais se rencontrent également à l'occasion de séminaires, conférences et ateliers de formation organisés par Merlot.

En 2002, treize disciplines étaient formellement constituées en « communautés », ce qui signifie qu'elles étaient dotées de personnels permanents et d'un conseil éditorial. Il s'agit des disciplines suivantes : biologie, gestion, chimie, sciences de l'ingénieur, médecine, histoire, technologies de l'information, mathématiques, musique, physique, psychologie, pédagogie, langues étrangères.

Les statistiques disponibles sur le site permettent de faire deux observations.

Les disciplines structurées en communautés ont une activité de signalement et d'évaluation des ressources beaucoup plus importante que celles qui ne le sont pas. Ainsi, le domaine des sciences sociales, qui n'est pas structuré sous cette forme, offre relativement moins de ressources et les notices de ce domaine sont très rarement évaluées par le *peer review*. Une série statistique couvrant la période allant de juillet à décembre 2001 montre que le nombre de *peer reviews* dans les communautés structurées avoisinait 1200 chaque mois alors qu'il ne dépassait pas la centaine dans les autres disciplines.

Parmi les différentes communautés de disciplines, l'activité d'évaluation et de signalement reste également très inégale sans qu'on puisse en tirer de conclusions très significatives. En effet, une autre série statistique portant sur la période allant de juillet 2001 à janvier 2002 permet de distinguer clairement deux groupes de disciplines à l'activité très différente : biologie, sciences de l'éducation, gestion, langues étrangères, histoire et physique sont dans le premier groupe, avec un enrichissement mensuel de la base allant de 20 à 45 documents par mois et par discipline ; médecine, chimie, mathématiques, musique, technologies de l'information et psychologie sont en revanche dans le second groupe avec un enrichissement mensuel de la base allant de 0 à 15 documents par mois. On a tenté d'expliquer ces différences par la plus ou moins grande abondance de ressources disponibles sur le web, qui serait liée à des usages très différenciés des nouvelles technologies d'une discipline à l'autre, mais cette explication n'est pas satisfaisante, car comment expliquer par exemple que la physique se trouve dans le premier groupe et les mathématiques dans le second ? Le critère déterminant nous semble donc être plus simplement le degré de motivation et d'engagement des membres au sein de ces différentes communautés.

### 2.2.1. Le « *peer review* »

L'objectif de cette évaluation est de déterminer si le document proposé peut effectivement servir dans le cadre d'un cours de l'enseignement supérieur. Dans cette évaluation, les experts des communautés universitaires prennent en considération aussi bien les qualités pédagogiques du document que sa fiabilité et sa qualité scientifiques : cette double approche explique que les évaluateurs ne soient pas nécessairement choisis parmi les auteurs ou chercheurs reconnus dans un domaine donné mais plutôt parmi des utilisateurs éclairés du domaine ou des spécialistes des technologies pédagogiques.

L'évaluation est organisée selon les procédures habituelles pour les travaux universitaires en Amérique du Nord : elle est conduite séparément par au moins deux membres de l'enseignement supérieur qui, à partir de leurs commentaires respectifs, établissent un commentaire commun (*composite review*) lequel est publié sur le site, dans la notice du document examiné. Cette évaluation est actuellement conduite de façon systématique dans les treize disciplines représentées.

Le *peer review* est également mené à partir de critères normalisés d'évaluation qui distinguent trois aspects du document : la qualité de son contenu scientifique, son efficacité potentielle en tant qu'outil d'apprentissage, sa facilité d'utilisation. Chacun de ces critères est évalué séparément et fait l'objet d'une note de 1 à 5. La moyenne des trois notes se traduit par une note présentée sous forme d'étoiles (4 points = 4 étoiles). Pour qu'un document soit signalé sur le site, il faut qu'on lui ait attribué au moins trois étoiles.

### 2.2.2. Le compte rendu pédagogique ou « *learning assignment* »

Il existe une autre forme d'évaluation des documents, moins contrôlée que le *peer review* et néanmoins plus structurée que les commentaires libres que les membres peuvent ajouter à la notice d'un document. Il s'agit d'un compte rendu détaillé d'utilisation du document pendant un cours. Ce texte est complété d'un formulaire où sont renseignées les rubriques suivantes : objectifs du cours ; connaissances requises ; niveau d'études ; compétences techniques requises ; résultats et évaluation. L'auteur d'un « *assignment* » demeure propriétaire de son texte et peut le modifier ou le supprimer du site à tout moment. Merlot est néanmoins libre de le diffuser, libre de droit, tant qu'il est posté sur le site.

### **2.3. Les auteurs et créateurs des sites signalés**

Le nombre et la diversité des documents numériques signalés sur le site de Merlot rendent difficile une évaluation exhaustive qui permettrait de dresser une typologie des auteurs et des créateurs à l'origine de ces ressources pédagogiques. Les sondages effectués dans le catalogue, notamment dans le domaine des sciences sociales (voir l'étude de cas sur les sciences politiques) montrent néanmoins que les éditeurs commerciaux sont quasiment absents du site, le plus gros des sites référencés provenant des universités, d'organismes publics ou gouvernementaux.

L'interrogation de la base en mai 2002 a permis de recenser 103 documents payants et 93 documents dont l'utilisation est soumise à conditions par respect du droit d'auteur. Le croisement des deux critères révèle qu'il s'agit généralement d'un même groupe de documents. Cette centaine de liens vers des sites payants est à comparer avec le nombre total de liens présents dans la base, qui était de 6720 courant mai 2002 : les ressources payantes représentent donc moins de 1,5 % de la base.

Une analyse sommaire de cette centaine de sites payants montre qu'il s'agit soit de sites commerciaux dotés d'un nom de domaine au suffixe « .com » soit de sites de l'enseignement doté du suffixe « .edu » et très spécialisés. On peut regrouper ces sites en quatre catégories :

- des sites proposant des logiciels payants permettant aux enseignants de créer leurs supports de cours numériques (applications multimédias, mise en page, réalisation de graphiques, de statistiques, de tests, contrôles et enquêtes en ligne) ;
- des sites de cours en ligne commerciaux sélectionnés pour la qualité de leurs contenus (notamment pour l'apprentissage des langues étrangères et du management) : il s'agit là de « *tutorials* », de cours, de conférences ou d'exercices en ligne ;
- d'expériences scientifiques très spécialisées mises en ligne par des laboratoires de recherche ;
- de sites commerciaux spécialisés dans la recherche et la fourniture d'articles de presse ou d'images.

Merlot n'est donc pas dans une position de concurrence sur le marché des ressources pédagogiques en ligne ; en effet, les éditeurs sont totalement absents du site et l'essentiel du travail de signalement, d'évaluation et de diffusion documentaire s'effectue à la marge des circuits commerciaux, et reste ancré dans le monde universitaire.

Les problématiques juridiques et techniques liées au droit d'auteur, de reproduction ou de représentation, qui sont à la source même des principes de tarification des sites des éditeurs commerciaux sont donc ici totalement contournées. Il en va de même des questions de paiement ou de sécurisation des accès et des données : on est ici dans une logique d'*open source* qui échappe aux logiques du marché de la documentation scientifique bien qu'elle s'inspire de son mode d'évaluation (*peer review*, comités éditoriaux).

## **2.4. Les utilisateurs et la fréquentation du site**

### **2.4.1. Qui sont-ils ?**

Les membres sont des particuliers, généralement des chercheurs, des enseignants, des étudiants ou des administrateurs de l'enseignement supérieur. Aucune affiliation institutionnelle n'est cependant requise pour procéder à cette inscription, qui est gratuite. Ainsi, les membres peuvent aussi bien être des enseignants qui ont repéré des ressources intéressantes sur le web et qui souhaitent les partager avec le reste de la communauté que des chercheurs qui veulent valoriser (d'une certaine manière, « publier ») leur propre travail par l'intermédiaire du site.

En mai 2002, le site avait enregistré 8140 inscriptions de membres. Au cours des trois derniers mois, on a recensé environ 450 nouvelles inscriptions mensuelles. A titre d'exemple, on a recensé 681 membres dans le domaine des sciences sociales, dont une quarantaine en sciences politiques.

Les statistiques disponibles sur le site permettent d'identifier les domaines qui intéressent le plus les membres. Une série portant sur la période allant de juillet 2001 à janvier 2002 montre qu'avec plus de 1000 inscriptions par mois, la biologie est le secteur le plus porteur du site. La gestion (*business*) arrive en seconde position, avec environ 600 inscriptions par mois. Pour tous les autres domaines, le nombre d'inscriptions mensuel est compris entre 100 et 300.



#### 2.4.2. Le répertoire des membres

Le formulaire d'inscription requiert des personnes intéressées qu'elles donnent les informations suivantes : nom, adresse électronique, profession, domaines d'enseignement ou d'intérêt, éventuellement une photographie numérisée. Peu de champs sont obligatoires et chaque membre est libre d'ajouter des informations concernant ses centres d'intérêt ou ses travaux en cours. La création d'un profil de membre génère automatiquement celle d'un portfolio attaché à ce profil. Les contributions au site par chaque membre s'ajoutent automatiquement à ce portfolio qu'il peut librement utiliser comme un support de promotion de ses propres activités de recherche et de publication. La liste des membres peut être consultée dans un répertoire accessible à tous : on peut effectuer des recherches dans ce répertoire en sélectionnant les membres à partir de leur date d'arrivée dans Merlot, de leur profession ou de leur domaine de spécialité, et en combinant ces différents critères.

#### 2.4.3. Les modes de participation des membres au fonctionnement du site

La qualité de membre confère le droit de proposer de nouveaux documents, de faire part de commentaires portant sur des documents nouveaux ou déjà existants dans la base et de rendre compte d'expériences pédagogiques conduites à partir d'un document sélectionné par Merlot (*learning assignments*). L'ensemble de ces commentaires apparaît dans les notices des documents concernés, à la suite du descriptif du document. Les membres ne sont toutefois pas habilités à participer au « *peer review* ». Lorsqu'un membre propose l'ajout d'un document dont il n'est pas l'auteur, les administrateurs de Merlot contactent l'auteur afin de lui demander l'autorisation de référencer son site.

#### 2.4.4. La fréquentation du site

Les statistiques disponibles sur le site permettent d'apprécier la fréquentation du site sur l'année 2001 :

Nombre de connexions par an : 4, 5 millions

Moyenne quotidienne : 12 500 connexions

Nombre de pages vues par an : 1,6 million

Moyenne quotidienne : 4 320 pages

Nombre de visiteurs par an : 81 300

Dont visiteurs n'ayant effectué qu'une seule visite : 62 840

Dont visiteurs ayant effectué plus d'une visite : 18 520

Ces derniers chiffres montrent que le nombre assez élevé de membres est à prendre avec précautions puisque deux tiers des visiteurs du site ne l'ont consulté qu'une seule fois : Merlot ne fidélise qu'une communauté de moins de 20 000 personnes, et leur degré d'implication et d'activité semble très inégal d'une discipline à l'autre.

### **3. Une étude de cas : L'exemple des sciences politiques**

Nous avons choisi de réaliser un sondage plus approfondi dans un domaine ciblé par le projet MANUM : les sciences politiques. Notre objectif à travers cette démarche était de pondérer la présentation, plutôt séduisante, que Merlot fait de sa propre organisation en réalisant une petite étude de cas privilégiant l'évaluation de la qualité des contenus numériques auxquels on aboutit à l'issue de recherches dans la base du site. On ne peut naturellement généraliser les observations faites à propos de ce domaine précis à l'ensemble du site, mais il nous a semblé judicieux de compléter l'étude institutionnelle et économique du site d'une évaluation qualitative.

#### **3.1. Méthodologie de l'étude de cas**

À la mi-avril 2002, un des membres du groupe s'est inscrit en tant que membre sur le site de Merlot, se présentant comme un étudiant de l'IEP de Paris et laissant pour coordonnées une adresse créée pour l'occasion sur un compte *hotmail*. Afin d'éviter les « *cookies* » qui auraient pu être laissés sur d'autres sites, il n'a utilisé cette adresse que lors de sa connexion au site Merlot.

Dans les jours et les semaines qui ont suivi, il a relevé cette boîte à lettres électroniques pour voir quelles informations lui parvenaient par ce biais. Il a ensuite effectué une recherche portant sur le sujet « sciences politiques » et examiné la totalité des 42 liens proposés. Les critères retenus pour l'évaluation des contenus étaient les suivants :

- statut du site (à partir du nom de domaine)
- origine et diversité des auteurs (à partir du nom de l'auteur indiqué dans la fiche du catalogue de Manum)
- support, thème et pertinence du site par rapport à la discipline
- « fraîcheur » et actualisation de l'information (à partir des dates d'entrée au catalogue)
- qualité de la maintenance (à partir du taux de succès de connexion aux URL affichés au catalogue de Merlot)

On pourra se reporter au tableau de données présenté en annexe, qui a servi de matrice pour cette évaluation.

### 3.2. Résultats de l'étude de cas

#### 3.2.1. Identification et inscription

Immédiatement après l'inscription, un message de confirmation d'inscription précisant le nom d'utilisateur et son mot de passe a été automatiquement envoyé par le webmestre de Merlot. Aucune vérification sur l'identité du membre ou son affiliation à l'IEP de Paris n'a été effectuée. Il n'y a pas eu d'autres messages émanant de Merlot ou d'autres organismes par la suite, ni de messages publicitaires.

**Conclusions :** l'inscription fonctionne correctement, et n'importe quel particulier peut effectivement s'inscrire sur le site, sans affiliation institutionnelle. Dans ces conditions, on peut de nouveau s'interroger sur la pertinence du nombre d'inscrits indiqué par Merlot : combien de membres inscrits utilisent effectivement le site plus d'une fois ?

L'adresse du membre n'est pas communiquée à des sociétés commerciales ou publicitaires. L'inscription permet de proposer des sites à référencer mais on ne reçoit aucune information particulière sur la discipline pour laquelle on a déclaré son intérêt (pas de système d'alerte signalant par exemple les nouveautés du site dans le domaine concerné).

#### 3.2.2. Contenus numériques

##### 3.2.2.1. Statut des sites, origine et diversité des auteurs

**Tableau : Origine et support des contenus numériques**

statut de l'auteur du site	en nombre	en % du total	type de document	en nombre	en % du total
université ou assimilé (.edu)	26	62%	collection	15	35,7%
institution publique (.org)	6	14,3%	simulation	11	26,2%
organisme gouvernemental (.gov)	4	9,5%	reference material	8	19%
site personnel ou commercial (.com)	4	9,5%	lecture/presentation	7	16,7%
Autre (.net)	2	4,7%	tutorial	1	2,4%
Total	42	100	total	42	100

Ces chiffres confirment ce qu'on avait pu observer au niveau de la base générale du catalogue de Merlot. Les deux tiers des documents signalés ont été créés par des universitaires et sont hébergés sur les sites d'établissements de l'enseignement supérieur. Il s'agit, pour l'essentiel, d'universités nord-américaines. Notons toutefois qu'ils proviennent généralement d'universités qui ne font pas partie du consortium, ce qui tend à prouver que les « communautés de disciplines » de Merlot ne fonctionnent pas en circuit fermé et que des universités prestigieuses comme Harvard ou Yale acceptent de voir certains de leurs produits documentaires signalés par Merlot.

Les autres institutions à l'origine des documents signalés sont d'une grande diversité : Cour suprême des Etats-unis, UNESCO, Archives de l'Etat du Maryland, Service des publications officielles du Gouvernement américain, Archives fédérales, etc. Les sites commerciaux sont le plus souvent des sites de médias (CNN, instituts de sondage) ou de revues spécialisées (*Foreign Affairs*) qui présentent gratuitement en ligne certains de leurs produits phares destinés à l'information du grand public mais qui peuvent être également utilisés à des fins pédagogiques.

Sur les 42 sites examinés, la plupart sont américains et proposent des contenus qui concernent spécifiquement la politique et l'histoire des Etats-Unis, trois d'entre eux ont néanmoins été créés à l'étranger et ne sont pas en anglais : l'un a été créé par un particulier en Amérique latine, deux en Europe (Université de Francfort, Université de Lyon I).

On s'est enfin demandé si certains auteurs ne « monopolisaient » pas l'espace virtuel de Merlot afin de faire la promotion de leurs réalisations. Certains auteurs reviennent à deux ou trois reprises au maximum, dans une même série thématique (sur les sujets de l'anarchie ou de la théorie des jeux par exemple), mais les dates d'entrée de ces différents documents sur le site étant identiques, on peut penser qu'il s'agit plutôt de documents complémentaires qu'on a préféré dissocier par commodité (les adresses URL étant légèrement différentes et le volume des documents souvent important) que d'une démarche de « vampirisation » du site.

#### 3.2.2.2. *Typologie des documents et des supports*

Si l'on s'en tient à des critères de présentation et de format, on peut distinguer trois types de documents numériques que l'on retrouve dans des proportions à peu près identiques dans la série étudiée.

On trouve d'abord des textes numérisés, soit au format PDF (Acrobat reader), soit, plus fréquemment, au format HTML (avec quelques liens hypertextes) : il s'agit de textes de référence (traités, documents anciens, littérature grise reprenant les interventions d'un colloque ou des mémoires d'étudiants) : ces documents, parfois accompagnés d'illustrations (photographies d'hommes politiques, reproductions de caricatures extraites de périodiques anciens) n'apportent pas une valeur ajoutée pédagogique importante, il s'agit simplement d'un transfert de support assorti d'une présentation assez sommaire. Ces documents recoupent généralement les catégories de documents intitulées « *reference material* » (pour les textes de référence tels que les traités) ou « collection » (pour les documents qui présentent une série de portraits de personnalités politiques par exemple).

On distingue ensuite des documents plus élaborés qui proposent des liens hypertextes assez nombreux et une architecture plus complexe renvoyant vers des bases de données (séries statistiques retraçant, par exemple, l'évolution du vote des électeurs américains lors de l'élection présidentielle ou encore une typologie et un répertoire des grands groupes de lobbying politique aux Etats-unis), des articles thématiques indexés, des séries d'illustrations, quelquefois des documents sonores (extraits de discours radiophoniques...), des dossiers thématiques relatifs à un sujet d'actualité (« Le Kosovo », « la peine de mort »). Ces sites thématiques ne semblent pas avoir été réalisés dans un but exclusivement didactique mais permettent de faire le tour d'un sujet sous plusieurs angles et le plus souvent avec un souci de présentation et de confort pour la navigation.

La dernière catégorie de documents regroupe des sites réalisés spécifiquement à des fins didactiques. La présentation se veut particulièrement conviviale et dynamique (images animées, simulations) et propose une démarche interactive et par étapes (tests en ligne avec corrigés). Certains sites distinguent, dès la page d'accueil, plusieurs niveaux d'accès (enseignants, parents, élèves ou étudiants) qui permettent d'accéder en fonction du profil choisi à des documents clairement destinés aux enseignants pour la préparation de leurs cours (tutoriels, plans détaillés, propositions d'exercices et d'activités à partir des documents du site) ou à des ressources qui vont permettre aux étudiants d'étudier un sujet depuis leur écran ou encore de collecter des données qui leur serviront à préparer un exposé. Quelques exemples de documents : des cartes dynamiques permettant de simuler des manœuvres militaires pendant la Guerre froide, des jeux de simulation de votes permettant de comprendre le système électoral américain, une base de données d'iconographie politique où l'on peut puiser les matériaux d'un cours ou d'un

exposé et qui renvoie vers des notices détaillées concernant une personnalité (« Roosevelt »), ou une époque (« Le New Deal »).

En conclusion sur ce point, on relève donc une inégale qualité des contenus pour l'ensemble des sites examinés et, plus généralement, une absence de normalisation qui n'est que très partiellement compensée par la qualité et la précision des notices du catalogue. La plupart des documents peuvent effectivement servir à compléter ou à animer un cours, mais rares sont ceux qui ont été pensés et construits comme de véritables supports de cours et avec une approche pédagogique de qualité. D'une manière générale, pour l'enseignant ou l'étudiant en sciences politiques, les ressources disponibles sur Merlot sont beaucoup trop peu nombreuses et trop hétérogènes pour qu'il puisse y trouver autre chose qu'une documentation d'appoint pour traiter un sujet précis s'il s'avère que le programme de ses propres enseignements recoupe la liste (limitée) des thèmes abordés.

### 3.2.2.3. *Actualité, renouvellement et maintenance du site*

On s'est d'abord intéressé aux dates d'entrée des différents documents dans le catalogue de Merlot afin de mesurer la régularité et la fréquence de l'alimentation du site en documents nouveaux. Par année, on obtient les résultats suivants :

Année	1999	2000	2001	2002
Nombre d'entrées	1	29	11	1

Ces chiffres témoignent d'une alimentation très irrégulière du site en documents nouveaux. Pendant les deux mois qu'a duré notre expérience, le site ne s'est enrichi que d'un seul document nouveau et aucun n'a été supprimé. Cette impression se confirme lorsqu'on examine les mois auxquels les notices ont été saisies sur le catalogue de Merlot : il apparaît en effet que ces entrées se sont faites par « paquets » autour de trois pics : mai 2000, novembre 2000 et mai 2001.

Le fait que la discipline des sciences sociales ne soit pas constituée formellement en « communauté universitaire » et qu'elle ne soit donc pas dotée d'un comité éditorial permanent explique probablement cette irrégularité, l'absence quasi-totale de *peer review* dans cette catégorie, et, plus généralement, le faible nombre de notices disponibles dans le domaine des sciences politiques. Ces observations tendent également à montrer que si les administrateurs de Merlot devaient s'en tenir aux seules

contributions des membres utilisateurs, la base documentaire resterait d'un intérêt très limité.

En revanche, la qualité de la connexion à la totalité des 42 sites s'est révélée très satisfaisante. Alors qu'une des difficultés majeures des sites qui référencent d'autres sites est de parvenir à actualiser et à maintenir le signalement d'URL qui changent fréquemment, nous n'avons pas eu ce problème avec Merlot puisqu'une seule connexion vers un site de la liste a échoué. Dans tous les autres cas, la connexion s'est faite rapidement et sans aucune difficulté.

La qualité des connexions peut être interprétée de deux façons : soit que la maintenance des sites signalés est régulièrement assurée (les administrateurs de Merlot, dans un texte de présentation, en font une des priorités de leur travail de signalement) ; soit que l'origine des sites et leur lieu d'hébergement (universités, institutions...), traditionnellement beaucoup plus stables que pour les sites commerciaux ou personnels, explique la longévité des liens.

### 3.2.3. Bilan de l'étude de cas

De cette étude de cas, limitée tant par la taille de son échantillon que par le choix du domaine concerné, on peut tirer les observations suivantes :

#### 3.2.3.1. *Points négatifs :*

- - les ressources documentaires sont lacunaires (des sites de référence dans la discipline sont absents), en nombre insuffisant et trop rarement renouvelées pour qu'on puisse utiliser le site comme un outil pédagogique autrement que ponctuellement ;
- - l'hétérogénéité des sites dans leur présentation et leur apport proprement didactique oblige à adapter, pour chaque document, une stratégie d'utilisation différenciée (cela n'est qu'imparfaitement compensé par l'effort de normalisation au niveau du signalement) ;
- - pas de service d'alerte ou de diffusion sélective de l'information qui permettrait de fidéliser les membres.

#### 3.2.3.2. *Points positifs :*

- - fiabilité du site qui ne communique pas les coordonnées de ses membres à des sociétés privées, propose des liens vers des sites stables, dont le

caractère institutionnel ou éducatif apporte une garantie de bon fonctionnement, de pérennité et de pertinence scientifique ;

- - qualité du signalement au catalogue, comparable à celui d'une bonne bibliothèque, enrichie (trop peu souvent dans le domaine étudié ici) d'une évaluation qualitative et de renseignements techniques, juridiques et économiques relatifs à l'utilisation des documents signalés ;
- - originalité et diversité des contenus et des supports proposés, qui permettent d'aborder l'enseignement de la discipline d'une manière inventive, parfois interactive et de sensibiliser les étudiants à des sujets qui ne sont pas nécessairement attrayants par le biais des technologies de l'information.

## **4. Conclusions sur le modèle coopératif**

Parce qu'elle repose sur des structures et une culture universitaires assez comparables à ce que l'on peut observer en France, l'organisation de Merlot constitue un exemple intéressant pour MANUM, tant par ses réussites que par ses limites.

En effet, le recours à des modes de regroupement coopératif en consortium est de plus en plus courant en France. Par ailleurs, le travail en réseau, qui s'est considérablement développé avec l'Internet, la notion de « communauté scientifique » organisée autour de disciplines et de spécialités, ainsi que l'évaluation sur le modèle du peer review sont également ancrés dans la culture universitaire française : à cet égard, les modes de fonctionnement de Merlot semblent transposables en France.

D'un point de vue culturel, ajoutons que l'entreprise de Merlot s'est construite en réaction, et comme une riposte, à l'augmentation des coûts de la documentation scientifique et à la concentration croissante dans le secteur de l'édition scientifique : elle s'inscrit dans une dynamique de mobilisation et de contestation des enseignants-chercheurs qui dépasse le seul domaine du e-learning. Ce mouvement est en passe de se développer en France, où la culture contestataire face aux grands groupes et la « doctrine » de l'exception culturelle trouvent un écho particulièrement favorable dans le monde universitaire.

L'analogie entre universités françaises et américaines mériterait toutefois d'être nuancée : leurs statuts ne sont pas comparables et l'esprit entrepreneurial et communautaire qui semble animer les membres de Merlot n'est pas nécessairement



celui de la plupart des enseignants-chercheurs français. Surtout, la documentation électronique joue désormais un rôle central dans le système universitaire américain, qui est sans commune mesure avec la situation française, aussi bien en termes d'équipements que de « culture » de l'électronique : on ne pourrait parier sur la mobilisation des enseignants-chercheurs français dans une entreprise coopérative de ce type que s'ils avaient acquis une conscience plus aiguë des enjeux des technologies de l'information pour l'enseignement et la recherche. Enfin, il faudrait s'interroger sur le rôle que pourrait jouer l'Etat dans la mise en œuvre d'un tel projet. Dans quelle mesure et dans quel cadre pourrait-il encourager, subventionner et accompagner un regroupement coopératif de cette nature ?

Ces questions dépassent le cadre de notre recherche et s'avancer plus loin dans ce débat relèverait de la pure spéculation. Soulignons néanmoins qu'il ne faut pas se limiter à l'apparente similarité des structures universitaires françaises et américaines et que l'application du « modèle » Merlot au cas français mériterait de s'appuyer sur une analyse culturelle et sociologique du monde universitaire beaucoup plus approfondie.

Au-delà de ce débat sur la transposition de cette étude de cas au système français, il reste à s'interroger sur la qualité des contenus et des services que peut proposer un système de documentation électronique pour l'enseignement à distance organisé sur le modèle de Merlot.

On l'a vu, la proposition documentaire qui est faite s'inspire du circuit de l'édition scientifique tout en contournant les éditeurs. Mais il est clair que l'absence des éditeurs dans le circuit conduit à une hétérogénéité des contenus qui rend la base d'interrogation aléatoire et lacunaire. En ne s'appuyant que sur des contributions gratuites émanant rarement d'établissements de haut niveau et d'auteurs de renom, le système dissimule difficilement l'amateurisme qui caractérise un grand nombre de ses ressources.

L'absence de professionnalisme et de normalisation dans la présentation des contenus, l'enrichissement irrégulier et insuffisant de la base expliquent sans doute que le site échoue à fidéliser la plus grande part de ses utilisateurs. Faut-il en conclure que le site s'adresse exclusivement aux « pauvres » de l'enseignement supérieur et de l'Internet ?

La recherche d'informations gratuites et libres de droits sur Internet, notamment pour les enseignants et les étudiants, est une pratique très répandue et qui répond à des besoins documentaires souvent très pointus. Il est vraisemblable que cette demande continuera

de s'accroître. Plus qu'un simple « site de liens », Merlot s'efforce de rationaliser de façon systématique et professionnelle la sélection, l'évaluation et le référencement des sites qui répondent à cette demande massive. La création de cette « valeur ajoutée documentaire » mobilise des moyens humains et financiers importants et garantit, on l'a vu, une qualité d'accès et de recherche qui sont indéniables. En ce sens, Merlot constitue un portail pédagogique utile pour tous ceux qui refusent de payer pour trouver les documents numériques dont ils ont besoin pour préparer leur cours. Sa démarche d'aide à la sélection nous a paru séduisante en dépit des limites manifestes qui font qu'on ne peut, en définitive, qualifier les contenus du site de « manuels numériques ».

## ***Conclusion générale***

L'examen de données nombreuses collectées au moyen de méthodes d'investigation différentes rend difficile une comparaison terme à terme entre ces trois modèles. Nous nous sommes néanmoins efforcés de dégager les points les plus saillants de chacun d'entre eux au regard des critères d'évaluation retenus par MANUM et afin d'affiner la typologie présentée en introduction.

### ***Statut et mode d'organisation***

Les trois modèles étudiés ont des statuts très différents : Pearson Education et Thomson Learning appartiennent chacun à un groupe d'envergure internationale au sein duquel l'enseignement électronique à distance n'est qu'une activité parmi d'autres. A l'inverse, Merlot et Fathom en font leur principale activité. Leurs statuts respectifs sont néanmoins distincts. Merlot est une organisation coopérative soutenue par un consortium d'universités et par les pouvoirs publics, alors que Fathom a une structure ambiguë : il s'agit en effet d'une société commerciale (type SARL) financée par une université et fédérant un consortium d'acteurs publics (universités, bibliothèques, musées) associés à des sociétés privées. Cette organisation est clairement à but lucratif alors même qu'elle entend desservir les populations étudiantes dans le respect des missions de service public. L'hétérogénéité des statuts de ces trois modèles laisse présager de stratégies nécessairement différenciées, tant en termes de produits qu'en termes de publics. Elle se traduit notamment par les disparités qui existent d'un modèle à l'autre pour ce qui concerne leurs moyens humains et financiers : peut-on raisonnablement comparer la structure du groupe Pearson qui emploie plusieurs milliers de personnes aux 40 agents de Fathom ou à la centaine d'enseignants-chercheurs qui participent au consortium Merlot ?

### ***Place dans la chaîne de diffusion documentaire***

Dans la chaîne de diffusion documentaire, chacun de ces modèles occupe également une position caractéristique. Pearson et Thomson *sont* des éditeurs, au sens classique du terme bien qu'ils utilisent un nombre croissant de produits numériques : ils éditent avant tout des manuels et des livres. Fathom développe sa propre politique éditoriale mais s'appuie sur des produits réalisés par d'autres, éditeurs, universités, musées, bibliothèques, etc. Sa force est de fédérer tant techniquement que pédagogiquement

l'ensemble de ces ressources documentaires : ce n'est pas un éditeur mais un agrégateur de contenus. Merlot, en revanche, n'est ni un éditeur ni un agrégateur à proprement parler, puisque son site ne produit ni n'héberge d'autre contenu que des liens. Son rôle, comparable à celui de Fathom à cet égard est celui d'un certificateur de contenus : il choisit, trie et évalue des ressources documentaires produites ailleurs.

### ***Proposition commerciale***

La proposition commerciale de chacun de ces modèles découle de leur organisation. Les produits vendus par Pearson et Thomson sont des manuels accessibles en ligne produits et utilisés dans un périmètre bien précis : le manuel est en texte intégral et ne renvoie qu'à des liens et des documents dans un cadre pédagogique circonscrit et par l'enseignant et par les objectifs didactiques du manuel. L'accès des étudiants à ces manuels numériques est d'ailleurs conditionné à leur inscription par l'enseignant dans les registres de l'éditeur pour un cours, un manuel et une période donnés. L'offre de Fathom n'est pas aussi prescriptive puisqu'elle laisse la possibilité de dépasser la relation enseignant-enseigné. L'étudiant, qu'il soit inscrit à l'université (si elle est membre ou souscrit à Fathom) ou qu'il se soit abonné à titre privé, a accès à une grande partie des ressources documentaires agrégées sur le site. Celles-ci sont riches en liens et en renvois, laissant à l'utilisateur toute latitude pour rebondir d'un document à l'autre, composer et recomposer son propre cheminement didactique et documentaire.

Comme on l'a vu, à ces stratégies distinctes en termes d'accès et de contrôle correspondent des solutions techniques et des modalités juridiques différentes. Ainsi, pour Merlot, le choix de contourner le circuit éditorial classique lui permet d'ignorer la contrainte des droits d'auteurs et de la sécurisation des données dans le système informatique. Merlot fonctionne en circuit totalement ouvert, bien que les données qu'il signale soient clairement ordonnées, structurées et contrôlées : n'importe qui peut y accéder, même si l'objectif premier de cette entreprise est d'apporter aux enseignants des outils pédagogiques destinés à animer ou compléter un cours avec des documents numériques. L'ambition du site est certes plus large, mais on a vu que les documents vers lesquels il renvoie ne peuvent, à ce stade, jouer qu'un rôle d'appoint : à leur travail de sélection et de signalement manque une véritable politique éditoriale qui permettrait de travailler le contenu des documents en relation avec des niveaux d'études différenciés.

### ***Analyse comparée des modèles économiques et pédagogiques***

A la question que nous posons en introduction « faut-il développer des services à valeur ajoutée autour d'une offre classique papier ou numérique ou changer de modèle en créant des bases de données d'un nouveau type », il apparaît donc que chacun de ces modèles apporte une réponse différente. Pearson et Thomson restent dans le schéma classique de services éducatifs : leur produit déplace dans le temps et l'espace la relation pédagogique traditionnelle, plutôt qu'il ne la transforme fondamentalement. Merlot constitue à l'inverse un nouveau type de base de données qui ne repose plus sur une logique de prescription ou de programme puisque les utilisateurs (enseignants et étudiants) ont un accès libre et gratuit à l'ensemble des documents, mais sur une logique d'évaluation censée faciliter les choix. Fathom se situe entre ces deux modèles et sa difficulté à définir la nature de la valeur ajoutée qu'il apporte aux documents et à l'enseignement se traduit par une offre éclatée qui semble chercher continuellement sa cible. Cette difficulté est d'ailleurs à l'image de son incapacité à orienter sa stratégie vers des missions de service public ou des intérêts commerciaux. Cela explique sans doute les difficultés de son entreprise.

L'examen approfondi des trois modèles tend donc à démontrer que chacun d'eux satisfait à certaines exigences de ce que pourrait être un « manuel numérique » en même temps qu'il se heurte aux limites de son propre mode d'organisation.

Pour le modèle de l'édition commerciale, les atouts tiennent à la qualité du produit qui découle d'un savoir-faire éditorial et d'infrastructures techniques de haut niveau issues d'investissements financiers considérables. Mais l'enseignant n'aurait-il pas tendance à se laisser « enfermer » dans le modèle pédagogique proposé par l'éditeur alors qu'il devrait être le premier à en définir les contours en fonction de ses cours et de ses publics ?

Pour le modèle « mixte », sa force est d'accorder, au contraire, une plus grande souplesse dans l'utilisation des ressources documentaires du manuel, tant pour les étudiants que pour les enseignants et donc d'autoriser un renouvellement des pratiques pédagogiques à partir de supports nouveaux. Toutefois, en cherchant à s'attacher tous les publics, il n'en a retenu aucun : l'ambiguïté de son statut et de ses missions, la faiblesse de son dispositif en termes d'organisation, ont brouillé son capital de départ, celui d'une légitimité symbolique attachée aux universités prestigieuses initiatrices du

projet. Le maintien de l'Université de Columbia dans le projet et son intention d'en rectifier la stratégie permettront-ils de trouver un nouvel essor pour ce produit ?

Pour le modèle coopératif, ses atouts résident avant tout dans la mise en œuvre de ressources (humaines, technologiques et documentaires) déjà existantes que l'on s'est efforcé de conjuguer d'une manière nouvelle tournée avant tout en direction des besoins les plus saillants des utilisateurs de l'Internet impliqués dans l'enseignement à distance. Cette démarche, centrée sur l'utilisateur, et qui privilégie une approche pragmatique d'évaluation et de signalement constitue une forte valeur ajoutée pédagogique. Elle va dans le sens de nouveaux services associés à la diffusion des manuels numériques. Mais si la démarche est là, le produit qu'elle accompagne n'est manifestement pas à la hauteur des desseins affichés : il manque à ce modèle de s'attacher le savoir-faire de structures professionnelles comparables à celles qui sont associées à Fathom ou qui sont au cœur de l'activité des éditeurs commerciaux.

***Dans quelle mesure ces trois modèles peuvent-ils aider à la conception d'un dispositif de manuel numérique français ?***

Une étape suivante pour l'étude de faisabilité dans laquelle intervient notre recherche consisterait à étudier les conditions d'application des caractéristiques de chacun de ces modèles au cas français. Cette démarche impliquerait préalablement que l'on s'attache à analyser les conditions dans lesquelles les différents acteurs concernés pourraient s'appropriier et adapter à leurs besoins et intérêts les concepts, produits et services présentés ici.

Pour ce qui concerne les éditeurs, cela suppose de mieux connaître leurs fonds et les possibilités de numérisation, leurs pratiques éditoriales dans le contexte du numérique, ainsi que les compétences et les moyens (humains, financiers, techniques) qu'ils seraient prêts à mobiliser et à déployer.

L'enquête menée par MANUM dans les universités auprès des étudiants et des enseignants devrait par ailleurs permettre de mieux identifier les attentes du monde universitaire. L'évolution des pratiques pédagogiques, du taux d'équipement et des cursus sera en effet déterminante pour la mise en œuvre de projets de manuels numériques. Elle permettra également de prendre la mesure des contraintes matérielles, institutionnelles et culturelles dont il conviendra de tenir compte pour la réalisation du projet, mais aussi des atouts propres au système universitaire et éditorial français.

## ***Bibliographie sélective***

### **RÉFÉRENCES GÉNÉRALES**

**ADKINS Roger Mac.** *The differences in students perceptions of learning between extended learning program students and on-campus students at Southern Christian University.* Ph.D.Education. Ann Arbor, Michigan : Auburn University, 1999, 106 pp.

**AVEROUS Michel, TOUZOT Gilbert.** *Campus numériques : enjeux et perspectives pour la formation ouverte et à distance.* [en ligne]. *Rapport de mission*, CNED avril 2002. Disponible sur : <<http://www.educnet.education.fr/superieur>> (consulté le 03.05.2002).

**CLOETE Elsabé.** *Electronic Education System Model.* Computers and Education, 2001, vol. 36, n° 2, pp. 171-182.

**COUNCIL ON LIBRARY AND INFORMATION RESOURCES.** *Building and sustaining digital collections : models for libraries and museums.* [en ligne]. Washington : CLIR, 2002. Disponible sur : <<http://www.clir.org/pubs/reports/pub100/pub100.pdf>> (consulté le 02.05.2002).

**EL ALLOUCHE Léila.** *Préparation d'un environnement pédagogique et graphique pour la mise en ligne d'un cours : rapport de stage.* DESS Ingénierie Documentaire. ENSSIB, Villeurbanne : Lyon 1, 2000, 83 f.

**EVANS Joel R., HAASE Ilene M.** *Online business education in the twenty-first century : an analysis of potential target markets.* Internet Research : Electronic Networking Application and Policy, 2001, vol. 11, n°3, pp.246-260.

**KIRSCHNER Paul A.** *Using integrated electronic environments for collaborative teaching/learning.* In : KIRSCHNER Paul A. 8th EARLI Conference, August 1999, Göteborg, Sweden [en ligne]. Disponible sur : <<http://www.sciencedirect.com>> (consulté le 15.05.2002).

**LOUVIERIS Panos, LOCKWOOD Andrew.** *IT induced business transformation in higher education : an analysis of the UniCafé experience and its implications.* Computers and Education [en ligne] sous presse, épreuves non corrigées. Disponible sur : <<http://www.sciencedirect.com>> (consulté le 10.03 2001).

**LUPO David, ERLICH Zippy.** *Computer literacy and applications via distance e-learning.* Computers and Education, 2001, vol. 36, n° 4, pp.333-345.

**SAWENYE W.C., OLINA Z., NIEMCZYK M.** *So you are going to be an online writing instructor : issues in designing, developing and delivering an online course.* Computers and Composition, 2001, vol. 18, n° 4, pp. 371-385.

**SHEN Ping Li.** *Successful E-learning : Recognizing new roles in an "e" environment.* E-Learning Magazine [en ligne]. 2002. Disponible sur : <<http://www.elearningmag.com/elearning/article/>> (consulté le 18.04.2002).

**SCHLEYER Tanja.** *Enseignement à distance : domaines, méthodes et moyens.* DESS Informatique Documentaire. ENSSIB, Villeurbanne : Lyon 1, 1997, 18 f.

**YASSIR Abdeljalil.** *La téléconférence et l'enseignement à distance.* Note de synthèse DPSSIB., Villeurbanne : ENSSIB, 1999, 34 f.

## THOMPSON CORPORATION ET PEARSON EDUCATION

**COULT Graham.** *Profile of the Thompson Group. A history of the company, and guide to its constituent brands.* Managing Information, 2001, vol. 8, n° 3, p. 36.

*Did they succeed ? Experience with Texcel's technology in the light of its takeover by Interleaf ; plus updates on PressPoint, Byline and Thomson Learning Custom Publishing.* Digital Publishing Technologies, 1999, vol. 4, n° 12, p. 15.

*EBSCO On line adds Pay-per-view. Links from PubMed.* Advanced Technology Libraries, 2001, vol. 30, n° 3, pp. 4-5.

*EBSCO, CDL to provide UC systems with e-journal access.* Advanced Technology Libraries, 2001, vol. 30, n°3, pp.6-7.



*NetLibrary creates e-texts for Thomson Learning ; adds e-books to DRA systems.* Information Retrieval and Library Automation, 2001, vol. 36, n° 8, p. 5.

**OJALA Marydee.** *Thompson gets on edge on news.* Online, 2001, vol. 25, n° 6, pp. 28.

*Pearson Higher Education partners with EBSCO.* Advanced Technology Libraries, 2000, vol. 29, n° 12, p. 7.

*Thomson merges Gale Research, IAC and PSM.* Library Journal, 1998, vol.123, n°17, p.25.

*Thomson Corporation to acquire Macmillan Library Reference.* Advanced Technology Libraries, 1999, vol. 28, n° 8, pp. 1-2.

*Thomson to buy Dialog.* Advanced Technology Libraries, 2000, vol. 29, n° 4, p. 1.

*Thomson purchases Dialog.* Advanced Technology Libraries, 2000, vol. 29, n° 6, pp. 1-2.

## FATHOM

**AMONE Michael.** *Columbia starts Online-Education portal.* The Chronicle of Higher Education [en ligne]. 30.11.2001. Disponible sur : <http://chronicle.com/weekly/v48/i14/14a03103.htm> (consulté le 03.03.2002).

**AMONE Michael.** *Fathom adds training to distance-education offerings.* The Chronicle of Higher Education [en ligne]. 22.02.2002. Disponible sur : <http://chronicle.com/weekly/v48/i24/24a02701..htm> (consulté le 03.03.2002).

**BLUMENSTYK Goldie.** *Knowledge is "a form of venture capital" for a top Columbia administrator.* The Chronicle of Higher Education [en ligne]. 09.02.2001. Disponible sur : <http://chronicle.com/weekly/v47/i22/22a02901.htm> (consulté le 19.05.2002).

**BLUMENSTYK Goldie.** *Temple U shuts down for profit distance education company.* The Chronicle of Higher Education [**en ligne**]. 20.07.2001. Disponible sur : <<http://chronicle.com/weekly/v47/i45/45a02901..htm>> (consulté le 18.05.2002).

**CARLSON Scott.** *Columbia University's Fathom seeks users among "New Yorker" readers.* The Chronicle of Higher Education [**en ligne**]. 30.10.2001. Disponible sur : <<http://chronicle.com/weekly/v48/i12/12a04003.htm>> (consulté le 25.04.2002).

**CARLSON Scott.** *Columbia U. makes a third foray into distance education.* The Chronicle of Higher Education [**en ligne**]. 15.11.2001. Disponible sur : <<http://chronicle.com/daily/2001/11/2001111501u.htm>> (consulté le 30.04.2002).

**CARLSON Scott.** *For profit web venture shifts gears, hoping to find a way to make a profit.*  
The Chronicle of Higher Education [**en ligne**]. 09.02.2001. Disponible sur : <<http://chronicle.com/weekly/v47/i22/22a03301.htm>> (consulté le 14.03.2002).

**CARNEVALE Dan.** *Fathom signs deal with AARP.* The Chronicle of Higher Education [**en ligne**]. 10.08.2001. Disponible sur : <<http://chronicle.com/weekly/v47/i48/48a04903.htm>> (consulté le 16.04.2002).

**CARR Sarah.** *Is anyone making money on distance education ?.* The Chronicle of Higher Education [**en ligne**]. 16.02.2001. Disponible sur : <<http://chronicle.com/weekly/v47/i23/23a04101.htm>>(consulté le 15.03.2002).

**CARR Sarah.** *With national e-University, Britain gets in the online education game.*  
The Chronicle of Higher Education [**en ligne**]. 17.08.2001. Disponible sur : <<http://chronicle.com/weekly/v47/i49/49a02701.htm>>(consulté le 15.03.2002).

**COLUMBIA UNIVERSITY.** *External Relations Annual Report. Report of the joint Subcommittee on Fathom.com* [**en ligne**], 30.03.2001. Disponible sur : <[http://www.columbia.edu/cu/senate/annual\\_reports/00-01/extfathom.htm](http://www.columbia.edu/cu/senate/annual_reports/00-01/extfathom.htm)>(consulté le 20.05.2002)

**COLUMBIA UNIVERSITY.** *Interim Report, Online learning and digital media initiative committee* [**en ligne**], 26.04.2002. Disponible sur :

<[http://www.columbia.edu/cu/senate/annual\\_reports/01-02/interimreport41502.htm#\\_ftn2](http://www.columbia.edu/cu/senate/annual_reports/01-02/interimreport41502.htm#_ftn2)> (consulté le 20.05.2002)

*Fathom:an overview*. University Teaching as E.business [en ligne]. 2001. Disponible sur : <<http://ishi.lib.berkeley.edu/cshe/project/university/ebusiness.fathom.htm>> (consulté le 02.05.2002).

**FOSTER Andrea L.** *How a Princeton classicist leads in instructional technology*. The Chronicle of Higher Education [en ligne]. 29.06.2001. Disponible sur : <<http://chronicle.com/weekly/v47/i42/42a02801.htm>>(consulté le 21.04.2002).

**HAFNER Katie.** *Lessons learned at Dot-Com U*. New York Times [en ligne]. 02.05.2002 Disponible sur : <<http://www.nytimes.com>> (consulté le 22.05.2002).

**KATZ Stanley N.** *In information technology, don't mistake a tool for a goal*. The Chronicle of Higher Education [en ligne]. 15.06.2001. Disponible sur : <<http://chronicle.com/weekly/v47/i40/40b00701.htm>> (consulté le 22.04.2002).

**KIRSCHNER Ann.** *Fathom, a case study of a public/private partnership in higher education*. [en ligne]. 15.06.2001. Disponible sur : <[http://www.digitalpromise.org/report/backgroundpapers/7\\_kirschner.pdf](http://www.digitalpromise.org/report/backgroundpapers/7_kirschner.pdf)> (consulté le 22.04.2002).

**KIRSCHNER Ann et JARNEST Morrison,** *New Times, New Rules: an interview with Fathom's Ann Kirschner*. Chronicle of Higher Education. [en ligne]. 13.03.2001. Disponible sur : <<http://www.chronicle.com/daily/2001/11/2001111601u.htm>> (consulté le 22.04.2002).

**MACLEOD Donald.** *Fathom it out*. Guardian Unlimited [en ligne]. 08.05.2001. Disponible sur : <<http://www.guardian.co.uk/archive/article/0,4273,4182126,00.html>> (consulté le 17.04.2002)

**READ Brock.** *A digest of recent corporate news in distance education*. The Chronicle of Higher Education [en ligne]. 15.11.2001. Disponible sur : <<http://chronicle.com/daily/2001/11/2001111601u.htm>> (consulté le 23.04.2002).

**RENZULLI Virgil.** *Columbia, New York public and British Libraries, Smithsonian, London school of Economics, Cambridge University Press found a premier interactive knowledge website, Fathom.* Columbia University News, 03.04.2000.

*Seven Premier online course partners join fathom.* Columbia University News, 15.09.2000.

**TEDESCHI Bob.** *E-commerce : pushing ahead with online education.* New York Times [**en ligne**].12.03.2001. Disponible sur : <<http://www.nytimes.com/2001/03/12/technology/12ECOMMERCE.html>> (consulté le 15 02.2002).

**YOU Jee Young.** *Click and learn : Fathom.* Silicon Valley Daily [**en ligne**].13.08.2001. Disponible sur : <<http://siliconalleydaily.com/issues/sar08132001.html#Headline9109>> (consulté le 27.04.2002).

## ***Table des annexes***

<b>ANNEXE 1 : COURSECOMPASS OU LE MANUEL NUMÉRIQUE SELON PEARSON .....</b>	<b>I</b>
Annexe 1-1 : Sommaire du« CourseCompass. Instructor Quick Start Guide »	II
Annexe 1-2 : Le CourseCompass de Laura Wood, Professeur d'histoire au « Tarant County College », Texas	IV
<b>ANNEXE 2 : FATHOM .....</b>	<b>VI</b>
Annexe 2-1 : Tableau des associés et partenaires de Fathom	VII
Annexe 2-2 Série utilisée pour l'étude de cas	VIII
<b>ANNEXE 3 : MERLOT.....</b>	<b>XII</b>
Annexe 3-1 : LISTE DES PARTENAIRES INSTITUTIONNELS DE MERLOT EN 2001-2002 :	XIII
Annexe 3-2 : SERIE UTILISEE POUR L'ETUDE DE CAS	XIV

## ***Annexe 1 : CourseCompass ou le manuel numérique selon Pearson***

## Annexe 1-1 : Sommaire du « CourseCompass. Instructor Quick Start Guide »

Contents	
What is CourseCompass?.....	1
How to use this Instructor Quick Start Guide .....	2
For information beyond this guide.....	2
Getting started with CourseCompass .....	3
Step 1. Obtaining an instructor access code.....	3
Step 2. Registering for CourseCompass.....	4
Providing access information.....	4
Providing contact information .....	6
Selecting your academic institution .....	7
Entering academic institution information .....	8
Entering login information.....	9
Step 3. Logging in to CourseCompass.....	11
Step 4. Setting up a course .....	13
Selecting course material .....	13
Entering your course name, description, and end date .....	14
Navigating in CourseCompass .....	17
Moving around in CourseCompass .....	17
Opening your course and checking course contents .....	19
Setting up your course.....	21
Instructor versus student view.....	21
Customizing your Course Home page .....	22
Adding course announcements .....	23
Adding a course syllabus .....	26
Structuring course content with learning units.....	30
Creating a learning unit.....	30
Adding content to a learning unit .....	32
Adding assessments to learning units .....	33
Setting up course assignments .....	34
Attaching a document that contains course assignments.....	34
Adding individual assignments.....	35
Creating assignments linked to an eBook.....	36
Reviewing and creating course assessments .....	38
Reviewing assessments.....	38
Customizing assessments.....	39
<i>iv CourseCompass Instructor Quick Start Guide</i>	
Adding a test or quiz created in TestGen .....	44
Setting up Discussion Board forums.....	46
Continuing to customize your course.....	48
Adding a multimedia file .....	48
Changing or removing items.....	49
Giving students access to your course.....	49
Managing your online class.....	51
Lecturing online with the Virtual Classroom.....	51
Monitoring Discussion Board forums .....	53
Picking up and returning student work with the Digital Drop Box .....	55
Picking up student work.....	56
Returning student work.....	57
Using the online gradebook.....	58
Automatic vs. manual grading .....	58
Additional features of the online gradebook.....	58
Viewing the online gradebook .....	59
Working efficiently with CourseCompass.....	61
Displaying the right content areas and tools for your course.....	61
Copying course materials for later reuse.....	63

Copying a course or course components into a new course .....	64
Copying another instructor's course .....	65
Exporting assessments .....	66
Using announcements to convey key tasks .....	67
Deleting courses .....	67
Where to go from here.....	69
Getting answers quickly using How Do I?.....	69
Finding information in CourseCompass Help.....	70
Reading Release Notes.....	71
Contacting Customer Support .....	72
Glossary.....	73
Index.....	85



## Annexe 1-2 : Le CourseCompass de Laura Wood, Professeur d'histoire au « Tarant County College », Texas

**CourseCompass** Home | Help | Logout

My CourseCompass Courses Services Academic Web Resources

COURSES > WOOD00001

**External Links**

Current Location: External Links

- [Tarrant County College homepage](http://www.tccd.net) (http://www.tccd.net)
- [Participate.com](http://www.longmanparticipate.com) (http://www.longmanparticipate.com)
- [New York Times](http://www.nytimes.com) (http://www.nytimes.com)
- [Washington Post](http://www.washingtonpost.com) (http://www.washingtonpost.com)

Course Home  
Announcements  
Course Information  
Staff Information  
Course Documents  
Assignments  
Communication  
External Links  
Tools  
Resources  
Course Map

INSTRUCTORS  
Control Panel  
How Do I...?

**CourseCompass** Home | Help | Logout

My CourseCompass Courses Services Academic Web Resources

COURSES > WOOD00001

**Announcements**

VIEW TODAY VIEW LAST 7 DAYS VIEW LAST 30 DAYS VIEW ALL

All Announcements

**NOTICE COURSE ENTRY POINT!** Posted by Laura Wood  
 The entry point for the government course has changed to ANNOUNCEMENTS!

I have changed the entry point of the course to ANNOUNCEMENTS so that I can make sure that you receive important information and keep updated concerning the course. This way you will not have to remember to check the ANNOUNCEMENTS section. I hope this will help to keep you better informed.

**Sat, Oct 13, 2001 -- Grades posted!** Posted by Laura Wood  
 All of the grades that I have for you in this class are now posted on CourseCompass. On the opening page after you log in to the site, simply go to the area marked "tools" and click on "My Grades."

This should make it possible for you to track your class grades as we progress.

**Sun, Sep 30, 2001 -- Class Assignments** Posted by Laura Wood  
 Please make sure that you check the "Class Assignments" folder under "Assignments". There are several of these Class Assignments due during October. These include:

Course Home  
Announcements  
Course Information  
Staff Information  
Course Documents  
Assignments  
Communication  
External Links  
Tools  
Resources  
Course Map


INSTRUCTORS  
Control Panel  
How Do I...?


**CourseCompass** Home ? Help Logout  
My CourseCompass Courses Services Academic Web Resources

COURSES > W00000001

**Assignments**

Current Location: Top


 **Class Assignments**  
Open this folder to find the in class assignments worth a total of 140 points.

 **Participate.com**  
You will need to complete exercises found on the [Participate.com](#) site.

For each chapter in the textbook there are 5 major sections: simulation, visual literacy, participate, timeline and comparison. You will need to complete the sections for 8 of the 18 chapters in Participate.com. At the end of the exercises you will be asked to submit the results to me thru the Internet - this will be automatically logged in my administrators' site and will show that you have completed the exercises and your score. The Participate.com exercises are worth **80 points** of your semester grade (or 10 points per chapter).

The following chapters on Participate.com need to be completed:  
 Constitution  
 Public Opinion & Socialization  
 Campaigns  
 News Media  
 Presidency  
 Bureaucracy  
 Civil Liberties  
 Foreign & Military Policy

You must complete all of the chapters by **December 4**.

 **Participate.com Review**  
After you have completed all of the Participate.com exercises, explore at least 2 more of the


**Course Home**  
**Announcements**  
**Course Information**  
**Staff Information**  
**Course Documents**  
**Assignments**  
**Communication**  
**External Links**  
**Tools**  
 Resources  
 Course Map

**INSTRUCTORS**  
 Control Panel  
 How Do I...?

**CourseCompass** Home ? Help Logout  
My CourseCompass Courses Services Academic Web Resources

COURSES > W00000001

**Course Information**

 **Syllabus**  
**GOVERNMENT 2613: U.S. GOVERNMENT**  
**Fall 2001**

Textbook: O'Connor & Sabato. American Government: Continuity and Change. 2002 Edition. Longman.  
 - Should include CourseCompass and  
 - Participate.com access codes

**I. OVERVIEW**  
 In order for a democracy to work effectively, its citizens must be knowledgeable because they must participate. This class will provide a basic overview of the American political system so that you as citizens will understand your rights and responsibilities within the system and can make better decisions.

**II. OBJECTIVES**  
 Within the confines of this class the student will become familiar with and be able to outline key concepts within American government. These concepts include: politics, democracy, capitalism, the Constitution, checks and balances, federalism, interest groups, civil liberties, and civil rights. In addition, the student will learn the powers, rights, responsibilities, limitations, history, and problems of key areas within the American system, including the President, Congress, the Bureaucracy, the Judiciary, political parties, elections, campaigns, voting, public opinion, news media, social policies, economic policies, and foreign policy.

media, social policies, economic policies, and foreign policy.

**Course Home**  
**Announcements**  
**Course Information**  
**Staff Information**  
**Course Documents**  
**Assignments**  
**Communication**  
**External Links**  
**Tools**  
 Resources  
 Course Map

**INSTRUCTORS**  
 Control Panel  
 How Do I...?

## ***Annexe 2 : Fathom***

**Annexe 2-1 : Tableau des associés et partenaires de Fathom**

<b>Membres du consortium</b>	<b>Fournisseurs de contenus (partenaires)</b>	<b>Fournisseurs de marchés potentiels</b>
Columbia University	Arizona State University	AARP (American Association of Retired Persons)
Cambridge University Press	Columbia Interactive Arts et Sciences	AOL
London School of Economics and Political Science	Distance learning Inc.	BBC (partenariat à l'occasion d'une série documentaire sur l'Histoire de l'Angleterre)
New York Public Library	FT Dynamo	
University of Chicago	Iowa State University	
University of Michigan	Kaplan	
British Library	Michigan State University	
American Film Institute	New School University	
RAND	Online Learning Network	
Woods Hole Oceanographic Institution	Purdue University	
Victoria and Albert Museum	Sport Business University	
Science Museum	Syracuse University	
Natural History Museum	University at Buffalo	
British Museum	The State University of New York	
	University of California Extension Online	
	University of Michigan-Flint	
	University of Washington	
	Virginia Polytechnic Institute and State University	
	Widelearning	
	EBSCO	
	Xanedu	
	Blackwell's Retail	
	Amazon.com	

**Annexe 2-2 Série utilisée pour l'étude de cas**

## Légende

Type de documents : **SLC** : semester-long course, **LM** : Learning Material, **FS** : Free Seminar, **SEC** : Short e-course, **F** : Feature, **R** : Reference

Point d'accès : Répertoire où se trouve la ressource : **CD** : Course Directory, **LC** : Learning Center

Documents mis en rapport : **RTB** : Recommended Text Book ; **RL** : Related Learning

Les documents sont dans l'ordre dans lesquels ils étaient présentés dans les répertoires lors de la consultation en mai 2002.

<b>Titre/Intitulé</b>	<b>Origine</b>	<b>Prix</b>	<b>Type de documents</b>	<b>Points d'accès</b>	<b>Disponibilité</b>	<b>Documents mis en rapport</b>
Introduction to Law and Legal Procedure	University at Buffalo / Millard Filmor College	137\$ pour les résidents de l'Etat de NY 346\$ pour les non résidents	SLC	CD	non	1 RTB 1 RL
Introduction to Health Care in the US	University at Buffalo / Millard Filmor College	137\$ pour les résidents de l'Etat de NY 346\$ pour les non résidents	SLC	CD	non	6 RL
Speech, the individual and Society	University of Washington	670\$	SLC	CD	oui	1 RTB 22 RL
Introduction to Politics	University of Washington	685\$	SLC	CD	oui	5 RTB 1 RL
The Politics of Mass Communication in America	University of Washington	709\$	SLC	CD	oui	Prérequis, 4 cours de Fathom 2 RTB 21 RL
You say you want a revolution	Xanedu	9,31\$	LM	CD	oui	7 RL
The Political Divide : the growing income inequality in America	Xanedu	8,75\$	LM	CD	oui	12 RL
The News Media and the 2000 elections	Xanedu	13,63\$	LM	CD	oui	12 RL
Environmental Politics and Policy in the US	University of Washington	670\$	SLC	CD	oui	Prérequis, 3 cours de Fathom

Annexes du rapport d'étude de l'Enssib

						3 RTB 3 RL
Crime and punishment	New School University	417\$ sans validation 2040\$ avec validation	SLC	CD	Oui / inscription pour une période de 3 mois, à compter du début juin	1 RL
Third Parties in US Politics	Xanedu	11,64\$	LM	CD	oui	12 RL
Capital Punishment and Human Rights	Xanedu	13,96\$	LM	CD	oui	3 RL
Building Capitalism and Ending communism in East European Business Culture	University of Michigan	Gratuit	FS	CD	oui	1 RL
The Press and Politics in the US	University of Washington	679\$	SLC	CD	oui	2 RTB 12 RL
The Globalisation Debate	LSE	Gratuit	FS	CD	oui	8 RL
The ambiguities of Freedom : Public Policy and American Youth	Columbia University / Center for Social Imagination, the Arts and Education	Gratuit	FS	CD	oui	13 RL
Global Leadership : a changing Paradigm	Xanedu	7,81\$	LM	CD	oui	107 RL
Israeli and Palestinian Nationalism. Debates over Partition	Columbia University	45\$	SEC	CD	oui	6 RTB 5 RL
Covering Terrorism (Groupe de 2 e-course pouvant être achetés séparément)	Columbia University	80\$ les 2 45\$ chacun	SEC	CD	oui	5 RTB 6 RL
Iran : Islam, Revolution and the Modern State	Columbia University	45\$	SEC	CD	oui	5 RL
Non Violent power in action : Martin Luther King	Columbia University, Barnard College	45\$	SEC	CD	oui	2 RL
Non Violent power in action : Gandhi, discovering the power of non-violence	Columbia University, Barnard College	45\$	SEC	CD	oui	2 RL
Non Violent power in action : Gandhi's disciples	Columbia University, Barnard College	45\$	SEC	CD	oui	2 RL
Law government and Politics in the United State	New School University	417\$ sans validation 2040\$ avec	SLC	CD	oui, inscription pour une période de 3 mois, à	12 RL

		validation			compter du début juin	
Arguments For and Against Affirmative Action and the Truth in-Between : the Debate continue	Xanedu	10,31\$	LM	CD	oui	26 RL
Presidents and Crises	Xanedu	14,96\$	LM	CD	oui	1 RL
Latin America Development : spatial aspects	Syracuse Universities	nc	SLC	CD	non	1 RTB 8 RL
Class, Status and Power	Syracuse Universities	1239\$ pour validation 3 credits	SLC	LC/Law and Politics>Political Science	oui, cours du 20 mai 2002 au 9 août 2002	7 RTB 4 RL
Democracy and State Bureaucracy	Cambridge University Press	Gratuit sans inscription	F	LC/Law and Politics>Political Science	oui	1 RTB 2 RL
Latin American Civil Society : Non Governemental Organizations and democracy	Columbia University	Gratuit sans inscription	F	LC/Law and Politics>Political Science	oui	6 RTB 2 RL
The Dangers of condemnation	London School of Economics (LSE)	Gratuit sans inscription	F	LC/Law and Politics>Political Science	oui	5 RTB
Voluntary Association	LSE	Gratuit sans inscription	F	LC/Law and Politics>Political Science	oui	3 RTB 1 RL
Cultural Studies Feminist theory Law and Economics Peace Studies Policy Sciences Political Culture Political Economy Political Science Political Theory Public Administration Public choice Public health Public Management	21 articles de « The Social Science Encyclopedia », ROUTLEDGE CHAPMAN & HALL	Gratuit sans inscription	R	LC/Law and Politics>Political Science	oui	1 RTB : the Social Science Encyclopedia

Rational management Rational choice theory Risk society Social problems Social work Sociolegal studies Urban planning War studies						
--	--	--	--	--	--	--



## ***Annexe 3 : MERLOT***

### **Annexe 3-1 : LISTE DES PARTENAIRES INSTITUTIONNELS DE MERLOT EN 2001-2002 :**

Arizona Board of Regents  
Association of Jesuit Colleges & Universities – jesuitNET  
California Community College System  
California State University  
Campus Alberta Repository of Educational Objects  
Council of Independent Colleges, Foundation for Independent Higher Education, National  
Association of Independent Colleges and University State Executives  
Florida Virtual Campus  
Illinois Board for Higher Education  
Louisiana Board of Regents  
Oklahoma State Regents for Higher Education  
Ontario-MERLOT Cooperative (University of Guelph, University of Waterloo, York  
University)  
South Dakota Board of regents  
State University of New York  
Tennessee Board of Regents and University of Tennessee  
Troy State University  
University of Michigan  
University of North Carolina  
University System of Georgia  
University of Wisconsin System  
Virginia Community College System  
Western Cooperative for Educational Telecommunications (representing University of  
Northern Colorado, University of Utah, University of Nevada-Las Vegas, University of  
Wyoming, University of Hawaiï, and the Connecticut Distance learning Consortium)

### Annexe 3-2 : SERIE UTILISEE POUR L'ETUDE DE CAS

<b>Titre</b>	<b>Auteur</b>	<b>Suffixe de l'URL</b>	<b>Date d'entrée</b>	<b>Type de document</b>	<b>connexion</b>
Tocqueville's America	American Studies Program (Un. of Virginia)	.edu	07/99	Simulation	oui
Multiple Regression with Ren and Stimpy	Rainer Link (Dpt. of psycho.)	.edu	11/00	Tutorial	oui
Indian Affairs : Laws and Treaties	Charles J. Kappler (digital library, Okstate)	.edu	06/00	Lecture/Presentation	oui
Historical Graphics Gallery	Jim Zwick (Boondocksnet)	.com	11/00	Collection	oui
Game Theory	A. Zambelli	.org	11/00	Lecture/Presentation	oui
Virtual Guided Tour of a Far-Right Anti-Globalist Ideology	M. Rupert (Un. of Syracuse)	.edu	04/00	Lecture/Presentation	oui
Ben's Guide to US Government for Kids	US Government Printing Office	.gov	07/01	Reference Material	oui
Arrow's Paradox and the Fractional Voting System	K. Nambiar	.edu	11/01	Reference Material	oui
A Graph-Theoric Proof of Arrow's Dictator Theorem	K. Nambiar	.edu	11/01	Simulation	oui
Foreign Affairs Online	University of Virginia	.edu	12/01	Reference Material	oui
Political Advocay Groups : A Directory of US Lobbyists	K. Fountain	.edu	01/02	Reference Material	oui
Leon's Political Almanac	L. Felkin	.net	10/00	Reference Material	oui
Dave Leip's Atlas of US Presidential Elections	D. Leip	.org	10/00	Reference Material	oui
The Record of American Democracy 1984-1990	G. King Harvard University	.edu	11/00	Collection	oui

The Political Methodology Video Series	Society for Political Methodology, Ohio State	.edu	04/01	Collection	oui
International Conflict Simulation	W. Stover	.edu	04/01	Simulation	échec
Documenting a Democracy : Australia's Story	National Archives of Australia	.gov	11/00	Collection	oui
Capital Punishment in Missouri	Missourinet	.net	11/00	Collection	oui
UNESCO Photobank Online	UNESCO	.org	11/00	Collection	oui
Justice for kosovo : Massacre at Cuska	American radio works	.org	11/00	Collection	oui
Maryland State Archives	Maryland State Archives	state.md.us	11/00	Collection	oui
The Avalon Project	Yale Law School	.edu	11/00	Collection	oui
Regression Analysis of Cigarette Data	N.N	.edu	11/00	Simulation	oui
Anarchy Archives	D. Ward	.org	06/00	Reference Material	oui
Anarchy and the Internet	D. Ward	.org	06/00	Simulation	oui
The Cold War – Interactive Maps	CNN	.com	06/00	Lecture/Presentation	oui
Roosevelt and the New Deal	Spartacus Internet Encyclopedia	schoolnet.co.uk	05/00	Collection	oui
McCarthyism	Spartacus Internet Encyclopedia	Schoolnet.co.uk	05/00	Collection	oui
Survey of Ethical Theoretic Aptitudes	C. Dunn	.edu	05/00	Quiz/Test	oui
Election 2000	S. Jackson	.edu	08/00	Simulation	oui
President Clinton's response to Kosovo	Teaching Human Rights Online Project	.edu	05/01	Simulation	oui
ADE-4 2001	Jean Thioulouse	univ-lyon1.fr	05/01	Simulation	oui
Tme series models for event counts	Ohio State	.edu	05/01	Lecture/presentation	oui
What to do about missing data in political	G. King, APSA Ohio State	.edu	05/01	Lecture/Presentation	oui

science					
A short course on time series, comparative politics and international relations	N. Beck, APSA Ohio State	.edu	05/01	Lecture/Presentation	oui
Gambit (Game Theory)	The Gambit Project	.edu	11/00	Simulation	oui
Elections Central – A History of US Presidential Elections	N.N	.com	09/00	Simulation	oui
Simon Bolivar en la Biblioteca	N.N	.com	10/00	Reference Material	oui
1848. Flugschriften im Netz	University of Frankfurt	uni-frankfurt.de	09/00	Collection	oui
Images of American Political History	W. Ball	.edu	11/00	Collection	oui
Poster Art from World War II	National Archives and Records Administration	.gov	11/00	Collection	oui
The Oyez Project	J. Goldman	.edu	11/00	Collection	oui