Document généré le 12 oct. 2024 02:43

Documentation et bibliothèques

La personnalisation des services documentaires
Personalised Library Service
La personalización de los servicios documentales

Gaëtan Drolet

Volume 35, numéro 2, avril–juin 1989

URI : https://id.erudit.org/iderudit/1028129ar
DOI : https://doi.org/10.7202/1028129ar

Aller au sommaire du numéro

Éditeur(s)

Association pour l'avancement des sciences et des techniques de la documentation (ASTED)

ISSN

0315-2340 (imprimé)
2291-8949 (numérique)

Découvrir la revue

Citer cet article

Drolet, G. (1989). La personnalisation des services documentaires. *Documentation et bibliothèques*, *35*(2), 45–51. https://doi.org/10.7202/1028129ar

Résumé de l'article

La réflexion de l'auteur l'amène à proposer une brève définition de la personnalisation et à identifier les principaux acteurs des services personnalisés. Par la suite, il examine comment peut s'insérer la personnalisation dans la chaîne documentaire des bibliothèques. L'auteur se questionne enfin sur l'attitude des spécialistes de l'information face à cette dynamique proposée des services documentaires. La conclusion ramènera aux principes de base de la bibliothéconomie.

Tous droits réservés © Association pour l'avancement des sciences et des techniques de la documentation (ASTED), 1989

Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter en ligne.

https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/

Cet article est diffusé et préservé par Érudit.

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche.

https://www.erudit.org/fr/

La personnalisation des services documentaires

Gaëtan Drolet *
Bibliothèque
Université laval
Québec

La réflexion de l'auteur l'amène à proposer une brève définition de la personnalisation et à identifier les principaux acteurs des services personnalisés. Par la suite, il examine comment peut s'insérer la personnalisation dans la chaîne documentaire des bibliothèques. L'auteur se questionne enfin sur l'attitude des spécialistes de l'information face à cette dynamique proposée des services documentaires. La conclusion ramènera aux principes de base de la bibliothéconomie.

Personalised Library Service

The author uses his experience to propose a brief definition of personalised library service and to identify the key players. He then examines how personalised library service can be integrated into the library process. The author wonders how information professionals could and should react to such a proposal. He concludes that the reaction is founded on the basic principles of library service.

La personalización de los servicios documentales

La reflexíon del autor le lleva a proponer una breve definición de la personalización y a identificar los principales interventores de los servicios personalizados. A continuación, examina cómo la personalización puede integrarse en la cadena documental de las bibliotecas. Finalmente, se cuestiona sobre la actitud de los especialistas de la información frente a la dinámica propuesta por los servicios documentales. La conclusión introduce al lector a los principios fundamentales de la biblioteconomía.

Les réflexions, rassemblées dans les paragraphes qui suivent, s'appuient sur la pratique d'un conseiller à la documentation d'une bibliothèque universitaire du Québec. Ce dernier oeuvre auprès d'une clientèle spécialisée (anthropologie, sociologie et service social) et clairement définie (80 professeurs — chercheurs, 2 500 étudiants dont près de 40 % sont des étudiants du deuxième et du troisième cycles).

Cet effort de réflexion nous amènera d'abord à proposer une brève définition de la personnalisation et à identifier les principaux acteurs des services personnalisés. Par la suite, nous examinerons comment peut s'insérer la personnalisation dans la chaîne documentaire de nos bibliothèques. Nous nous pencherons enfin sur l'attitude des spécialistes de l'information face à cette dynamique proposée de nos services documentaires. La conclusion nous ramènera aux principes de base de la bibliothéconomie.

DÉFINITION DE LA PERSONNALISATION

Étymologiquement la notion de « personnalisation » est dérivée du mot « personne ». En latin, « personna » représentait à l'origine le masque que portaient les acteurs au théâtre. Plus particulièrement, le masque désignait le rôle joué par l'acteur.

Par un glissement, on n'a retenu plus tard que le rôle lié à ce masque, c'est-à-dire la fonction. Ainsi, du rôle joué par l'acteur, de l'incarnation d'un certain personnage on est passé à l'idée de personne au sens où nous l'entendons aujourd'hui, c'est-à-dire le rôle joué par l'individu dans la société. Appliqué au monde documentaire, « personne » représente donc le rôle joué par le spécialiste de l'information dans les services documentaires, le rôle joué par l'usager et le rôle joué par le système documentaire lui-même. La notion de personne suppose aussi l'idée de société, laquelle

* L'auteur est conseiller à la documentation à la Bibliothèque de l'Université Laval.

implique des interactions, des relations interpersonnelles, des interrelations, somme toute une communication soutenue entre les acteurs.

Selon le *Grand dictionnaire encyclopédique Larousse,* la personnalisation, qui contient la racine «personna», se définit comme l'adaptation d'un produit, d'un service aux besoins, à la personnalité ou aux goûts de quelqu'un, aux goûts d'un individu.

La personnalisation d'un service documentaire serait donc l'adaptation d'un service documentaire, d'un produit documentaire aux besoins d'un usager. Personnaliser un service signifie lui donner un caractère original, une note personnelle, le moduler selon les personnes de façon à ce que ces dernières puissent justement jouer le rôle qu'elles ont à jouer. La personnalisation est un ajout, un enrichissement, une consolidation. C'est attribuer à un service des caractères distinctifs au sens d'une adaptation du service, une adaptation de l'outil documentaire selon les individus qui s'en servent. C'est donner une connotation individuelle, une note personnelle à un service général, une connotation individuelle à un produit en série.

Rappelons qu'à l'opposé de la personnalisation se situe la dépersonnalisation, l'anonymat voire la banalité. Cet autre côté de la médaille n'est sûrement pas ce que l'on souhaite de nos services ou de nos outils documentaires.

Sur un autre registre, la personnalisation s'étend entre deux pôles où se retrouvent d'un côté l'individuel, le personnel, le particulier et de l'autre le collectif, le général.

Que ce soit face à face avec la dépersonnalisation ou sur un continuum à deux pôles, la personnalisation n'est jamais complètement réalisée: c'est ce vers quoi on tend et ce, de façon très graduelle.

LES ACTEURS

Considérons d'abord l'organisation documentaire, cet environnement dans lequel se bâtit la personnalisation. Les structures de certaines organisations sont si élaborées qu'elles ont parfois tendance à favoriser la dépersonnalisation. En effet nos services documentaires s'insèrent dans des structures ayant peu évolué depuis plusieurs dizaines d'années.

De par sa nature, une bibliothèque est une organisation qui prend des décisions générales pour l'ensemble d'une clientèle. Une bibliothèque pense d'abord globalement.

Dans ces organisations, le plus souvent pyramidales, il est difficile d'actualiser la personnalisation parce que les décisions prises sont d'abord de nature collective. De plus, les décisions touchant les besoins individuels des usagers sont prises à un niveau élevé, souvent sans véritable consultation des principaux intéressés: les usagers eux-mêmes et le personnel de première ligne, les véritables acteurs de la personnalisation.

Face à cette situation, le spécialiste de l'information doit quasiment entrer dans un mouvement de subversion douce ou même faire la guérilla s'il veut pratiquer la personnalisation. À moins que ses activités s'insèrent déjà dans un milieu administratif favorable, c'est-à-dire que l'administration tolère, accepte ou encore mieux favorise la philosophie de l'usager, la philosophie de la personnalisation. Dans un tel contexte on assistera, plus en douceur, au développement de la personnalisation des services, permettant ainsi au spécialiste de l'information d'agir localement sur une clientèle ciblée. Si le système documentaire, dans lequel on évolue, favorise la personnalisation et qu'une telle vision correspond à un choix personnel, alors les conditions d'éclosion sont idéales.

Mais la réalité de nos structures administratives est parfois bien différente. Plus souvent qu'autrement, il faut composer autant avec la structure qu'avec les individus évoluant dans cette structure. Personnalisation veut aussi dire communication, négociation et compromis, car elles sont plutôt rares les structures qui favorisent pleinement l'adaptation des services et des outils aux besoins et aux goûts des usagers.

La cible de la personnalisation ce n'est pas *la clientèle* mais plutôt *une clientèle,* une clientèle déterminée, bien définie, relativement homogène; une clientèle qui connaît son interlocuteur, son point de contact humain à la bibliothèque en la personne du spécialiste de l'information. Car, il faut le dire, la personnalisation se pratique difficilement dans l'anonymat. Elle implique des relations interpersonnelles suivies, ayant un certain caractère de permanence.

Pour situer l'environnement dans lequel évolue l'auteur de ces lignes, précisons qu'à

la Bibliothèque de l'Université Laval existe une équipe de conseillers à la documentation. Chaque conseiller est affecté en permanence à une clientèle définie correspondant à une ou quelques disciplines dans lesquelles il se fait de l'enseignement et de la recherche. La clientèle est identifiée; le spécialiste de l'information est aussi clairement identifié. Ce type d'organisation n'est pas propre à Laval. La Bibliothèque de l'Université du Québec à Chicoutimi a adopté une structure apparentée.

Est-ce accorder un traitement de faveur que d'essayer de répondre aux besoins particuliers de clientèles particulières? Nous ne le croyons pas. Au lieu d'offrir des services pour la masse, nos bibliothèques devraient plutôt songer à offrir massivement des services personnalisés.

Comme la personnalisation est la reconnaissance des différences individuelles, des besoins particuliers de chacun, il faut avec certains usagers une personnalisation plus accentuée, plus poussée. Il y a donc des niveaux, des degrés dans la prestation des services personnalisés offerts. Nous allons même jusqu'à affirmer qu'il est normal de ne pas offrir le même service à chacun. Pourquoi? Tous n'ont pas le même besoin d'information; certains ont plus besoin de nos services que d'autres. De la même façon que nous n'allons pas chez le médecin n'importe quand et que nous n'avons pas la même maladie lorsque nous y avons recours, la satisfaction d'un besoin documentaire doit s'ajuster à l'individu. Il faudra parfois en prendre un par la main pour faire avec lui la démarche parce qu'il est envahi par toute une série de blocages émanant soit de sa formation, du système documentaire et administratif, des instruments de repérage, du langage documentaire spécialisé et même du spécialiste de l'information.

Bien souvent, la personnalisation permet de désamorcer à la source des problèmes, de contrôler des situations qui autrement auraient pris une toute autre ampleur ou une toute autre direction. Il ne faut pas se leurrer non plus. Il y aura toujours des clientèles non rejointes pour diverses raisons.

Considérons maintenant l'acteur principal: le spécialiste de l'information (bibliothécaire, documentaliste ou conseiller à la documentation). Il est appuyé par le personnel technique et de secrétariat qui participent à la personnalisation.

Le spécialiste de l'information (SI), s'il veut jouer son véritable rôle dans un système documentaire personnalisé, doit rejoindre l'usager sur son propre terrain[1]. Il faut faire les efforts pour aller chercher l'usager. Dans un contexte universitaire, si on veut personnaliser, il est essentiel de se mettre au niveau de sa clientèle; un moyen: la double formation, à la fois en bibliothéconomie et dans la discipline des usagers.

La connaissance de la discipline, de son vocabulaire spécialisé et une communication adéquate avec l'usager sont des conditions minimales pour comprendre les questions posées, le besoin exprimé et réaliser la personnalisation.

Les clientèles qui recourent aux services du spécialiste de l'information sont toutes spécialisées et manifestent des besoins spécifiques qui exigent des réponses précises et non interchangeables. Les étudiants de premier cycle n'ont pas les mêmes besoins documentaires que les étudiants du troisième cycle ou les professeurs. À l'intérieur de chaque discipline, le sujet d'enseignement ou de recherche différencie ou spécialise l'acte à poser par le spécialiste de l'information. C'est donc la clientèle et son niveau de spécialisation qui vont déterminer dans bien des cas les activités à mener. Les gestes professionnels posés par le spécialiste de l'information ne sont pas stéréotypés. Ils sont individualisés, ajustés au besoin formulé par les usagers. Cela implique de bien connaître l'environnement disciplinaire dans lequel ils évoluent.

Au-delà de la connaissance de la clientèle et des besoins individuels, ajoutons que la personnalisation de nos services consiste aussi à répondre au besoin de l'usager au moment où il en a besoin. Facile à dire, pas toujours facile à faire. Il faut être stratégique: poser le bon geste au bon moment, et même prospectif: faire de la prévention documentaire.

1. Voir à ce sujet: Gaëtan Drolet et Gilles Paradis, « Le comportement des professeurs de sciences sociales en matière de recherche de l'information », *Documentaliste*, vol. 24, no 2 (mars-avril 1987), 55-64.

Des activités personnalisées

À des fins d'illustration, nous présentons deux exemples d'activités personnalisées régulièrement menées auprès de nos usagers[2].

La formation documentaire des étudiants et *la diffusion sélective de l'information (DSI).*

On peut offrir le même séminaire ou un cours identique aux étudiants en droit, en linguistique ou en physique. La méthodologie et les instruments documentaires varient d'une discipline à l'autre. À l'initiation générale aux services de la bibliothèque doit s'ajouter une intervention adaptée à chaque clientèle particulière. Des séminaires sur la recherche documentaire dans une discipline, principalement destinés à des groupes de maîtrise et de doctorat, ont pour objectif de rendre l'usager plus autonome dans ses recherches.

Le séminaire offrira un tronc commun où sont présentés les étapes de la recherche documentaire, quelques outils de repérage et des exemples appliqués aux sujets de recherche des étudiants. La séance, insérée dans un cours de méthodologie de la recherche, est offerte après que l'étudiant ait choisi sa problématique de thèse[3].

Au besoin le séminaire est complété par une ou des rencontres individuelles où le travail se fait à la verticale, sur la problématique particulière de l'étudiant. On navigue alors en pleine personnalisation en focalisant sur le sujet de thèse, le SI peut ainsi jouer un rôle pédagogique efficace.

Par définition la diffusion sélective de l'information (DSI), qui consiste à signaler à des usagers les publications récentes qui entrent dans leurs champs d'intérêt préalablement exprimés, est un service personnalisé. La DSI rejoint individuellement l'usager d'une discipline par le biais de son profil d'intérêt. Elle suppose la connaissance à la fois de la terminologie de la discipline mais aussi des préoccupations intellectuelles de chaque usager du service.

En répondant à des besoins réellement exprimés, la DSI permet au spécialiste de l'information de devenir un élément dynamique du réseau d'information de ses usagers.

Cet ajustement du SI aux interrogations des usagers a des exigences : disponibilité, écoute attentive, suivi de l'évolution de la documentation et des intérêts particuliers de la clientèle.

D'autre part, des activités personnalisées produisent souvent un « effet boomerang ». Aller sur le terrain des usagers, c'est déjà les amener sur son propre terrain. Ces derniers pourront ainsi manifester des besoins qu'ils n'auraient peut-être pas exprimés auparavant. Des professeurs auront tendance à déléguer la partie documentaire des mémoires et des thèses ou demanderont de participer à leurs projets de recherche et même à leurs publications.

En somme la personnalisation des services ne réduit pas une charge de travail, mais contribue à son enrichissement. Cela permet d'effectuer des choix ; cela apprend à fixer des priorités et aussi à dire non. Cela amène l'usager et le SI à une négociation, au balisage du territoire respectif de l'un et de l'autre.

PERSONNALISATION ET CHAÎNE DOCUMENTAIRE

Comment s'actualise la personnalisation des services dans la chaîne documentaire de nos

2. Pour plus de renseignements : Gaëtan Drolet et Gilles Paradis, « Le bibliothécaire spécialiste à l'université », *Documentaliste*, vol. 20, no 2 (mars-avril 1983), 46-51 et vol. 20, no 3 (mai-juin 1983), 101-107. Le premier article présente les objections et les arguments favorables à l'implantation d'une équipe de bibliothécaires spécialistes, le second met en relief les tâches qui leur incombent soit la fonction conseil appliquée à l'utilisation des bases de données, la formation documentaire, la diffusion sélective de l'information, la recherche et les publication.

3. Ce cheminement documentaire a fait l'objet d'une publication : Gaëtan Drolet et Jocelyn Létourneau, « Comment se documenter et maximiser son travail en bibliothèque », in J. Létourneau, *Le coffre à outils du chercheur débutant; guide d'initiation au travail intellectuel*, Toronto, Oxford University Press, 1989, p. 16-46.

bibliothèques? Par chaîne documentaire, nous retenons ici les quatre opérations de base: Choix, Traitement, Référence, Diffusion. Nous distinguons la référence générale offerte à un groupe (sur une base collective) de la diffusion plus fine offerte à des individus (sur une base personnalisée).

Dans nos organisations, on retrouve encore une chaîne documentaire très traditionnelle où prévaut le plus souvent une conception attentiste. On attend les demandes. Les moyens mis en oeuvre sont standardisés, peu individualisés.

Choix: on attend les suggestions des lecteurs;

Traitement: on privilégie un traitement général, très global pour l'ensemble;

Référence: on pratique la référence sur demande.

Dans les services publics où n'importe quel bibliothécaire attend les demandes de n'importe quel usager, on ne peut parler de véritable personnalisation;

Diffusion: dans un tel schéma, la diffusion est quasi inexistante.

De cette conception attentiste et plutôt passive il faut passer à une conception plus active, plus dynamique de la chaîne documentaire. Il faut répondre aux besoins plus encore qu'à la demande. Le besoin individuel clairement exprimé doit prendre le dessus sur le besoin général potentiel.

D'un attentisme des demandes, la personnalisation permet de passer à cette vision dynamique de réponses aux besoins.

Concrètement voyons ce que cela signifie à chaque étape de la chaîne documentaire.

Choix: faire participer l'usager au processus de sélection de la documentation, l'assurer d'un suivi (lui signifier la disponibilité du document reçu).

Traitement: une application de la personnalisation serait de dépasser le Répertoire de vedettes-matière par un enrichissement du vocabulaire, d'indexer d'une manière plus poussée les monographies québécoises et les documents du niveau recherche, d'analyser les chapitres à mettre en valeur et les domaines où il y a rareté de la documentation.

Référence: cibler davantage la référence de masse par le développement de dossiers documentaires sur les sujets du jour, l'élaboration de bibliographies sélectives, de biblioguides, listes sélectives de sources d'information et identifier les groupes-cibles. (La collection de bibliographies sélectives publiées par la société SDM, autrefois la Centrale des bibliothèques, en est une illustration).

Diffusion: favoriser la diffusion sélective de l'information (SDI) au lieu de listes collectives, de listes globales d'acquisitions que trop peu d'usagers parcourent.

PHILOSOPHIE DE L'OUVERTURE

La clé permettant d'entrer dans cette philosophie de l'ouverture, de passer d'une conception plutôt attentiste à cette conception dynamique, c'est la personnalisation des services et l'adaptation des outils aux besoins particuliers des usagers.

La personnalisation est à chercher dans l'humain. La «personne avant toute chose» pour emprunter un slogan connu. Dans cette adaptation des services aux besoins, c'est le spécialiste de l'information, le bibliothécaire, le personnel se situant à différents échelons de la chaîne documentaire qui fait toute la différence.

Un exemple: un ouvrage de référence, quoiqu'on en dise, n'est pas personnalisé, l'outil est inerte; c'est l'humain qui est convivial. C'est la présence active du spécialiste de l'information qui donne la personnalisation à un outil ou à un système documentaire. Si nous n'intervenons pas personnellement, peut-on parler de véritable personnalisation?

Dans les organismes où le SI est au service d'une clientèle particulière, la personnalisation a plus de chance de se développer. L'actualisation d'activités individualisées suppose des relations humaines fréquentes, des contacts répétés avec les usagers afin de les connaître et de cerner leurs besoins personnels.

Il ne faut pas craindre d'aller sur le terrain des usagers. Notre survie est là. Si on n'y va

pas, d'autres (organismes publics ou privés) s'en chargeront. Ce n'est pas de la fiction. La concurrence dans les services d'information documentaire existe.

Nous avons mentionné plus haut que dans la personnalisation, la dimension humaine occupait une place importante. Ce sont les facteurs (usager et spécialiste de l'information) qui font toute la différence.

Sans la présence active du spécialiste de l'information, il n'y a pas de véritable personnalisation. Nous sommes nous-mêmes les véritables déclencheurs de l'individualisation de nos services. C'est dans notre attitude, notre comportement, les gestes que nous posons vis-à-vis nos usagers que prend racine la personnalisation.

Demandons-nous dans quelle mesure notre propre comportement n'est pas un frein à la personnalisation de nos services, dans quelle mesure nous devenons nous-mêmes l'obstacle.

Pour une mise en application de la personnalisation, pour passer d'une conception attentiste à une intervention dynamique, il faut quitter ce qu'un collègue appelle le « silo à livres ». Il faut laisser l'entrepôt de livres pour ouvrir les livres. Pour ouvrir les livres, il faut s'intéresser au contenu d'abord, à l'information scientifique et technique et ensuite au contenant, au document. Ce passage de la conservation des documents à la consommation de la documentation implique un changement de mentalité, une nouvelle vision, une philosophie différente de la documentation. En somme, le spécialiste de l'information doit ouvrir les livres, dynamiser la chaîne documentaire s'il veut s'ouvrir les nouvelles portes de l'information. Il nous apparaît difficile de personnaliser un service sans s'intéresser au contenu.

Dans l'élaboration de nos services et de nos outils documentaires, il faut revenir à l'objectif de départ : l'usager et son besoin. Jusqu'à maintenant nous sommes trop souvent partis de la documentation alors qu'il faut partir de l'individu et de son besoin. Ainsi, quand on utilise les catalogues de bibliothèques, qu'il soit sur fiches, sur microfiches ou même par ordinateur, on se rend vite compte du décalage entre certains besoins exprimés par l'usager et l'outil lui-même.

Par exemple, tenter de repérer des écrits sur *l'absence du père chez les enfants négligés ou sur la notion d'avortements répétés* à partir du fichier de la bibliothèque risque de conduire à un cul-de-sac. Quand on examine les sources d'informations potentielles avec des étudiants travaillant sur de tels sujets, il faut leur rappeler subtilement que le catalogue, cet outil dans lequel nous investissons tant d'énergie, n'est peut-être pas le plus approprié (au sens de celui qui répond le mieux à leur besoin) pour la recherche qu'ils mènent. Dans plusieurs outils documentaires, il est souvent difficile, parfois impossible d'établir le lien avec la question du chercheur et l'instrument lui-même. En ce sens, certains outils sont un frein à l'individualisation.

Heureusement plusieurs instruments, comme les bases de données bibliographiques et plus récemment les CD-ROM (bases sur disque compact) favorisent la personnalisation.

On pourrait même parler de personnalisation forcée dans la mesure où il s'agit d'un apport extérieur (téléréférence, interrogation de bases de données) et qui, de par sa nature, oblige à tenir compte du besoin particulier de l'individu (préparation de la stratégie de recherche exigeant de rencontrer l'usager sur son terrain, mécanique d'utilisation du thésaurus, connaissance de la structure de la base, etc.). On ne peut plus simplement pointer l'instrument du doigt. Cet outil documentaire nous contraint à entrer en relation avec l'usager.

Avec l'arrivée des CD-ROM, l'outil est déjà plus convivial. L'usager fait lui-même sa démarche (sans intermédiaire au terminal). Le spécialiste de l'information n'aura pas le choix de modifier son rôle. Il va devoir jouer à un autre niveau sa carte de la personnalisation, notamment se concentrer sur la préparation des stratégies de recherche (utilisation de thésaurus, formation à l'interrogation, etc.). D'autres avenues documentaires restent à explorer et d'autres façons d'actualiser cette personnalisation sont à trouver, notamment l'aide à la gestion de la documentation personnelle des professeurs.

Si les spécialistes de l'information n'explorent pas ces avenues, des organismes privés ou publics et les usagers eux-mêmes s'en chargeront en développant des outils répondant à leurs besoins.

CONCLUSION

Personnellement, nous avons fait le choix de la personnalisation. Pour caricaturer, nous

irions même jusqu'à affirmer que nous ne travaillons pas pour la bibliothèque mais que nous travaillons avec la bibliothèque pour une clientèle particulière. Nos systèmes et nos outils documentaires permettent une individualisation des services à la condition que le spécialiste de l'information intervienne sur le terrain de sa clientèle.

Rappelons-nous les cinq lois énoncées par Ranganathan en 1931. Ces cinq lois, qui demeurent en quelque sorte les principes de base de la bibliothéconomie, s'appliquent directement à la personnalisation. On y retrouve là les acteurs et les principes mêmes de la personnalisation[4].

Ranganathan disait : 1) Books are for use (les documents doivent être utilisés)[5]; 2) Every book its reader (À chaque document son usager); 3) Every reader its book (À chaque usager son document, son information); 4) Save the time of the reader (Épargner le temps de l'usager); et 5) A library is a growing organism (Une bibliothèque est une organisation en évolution).

Même si l'individualisation des services nous paraît éloignée, ce n'est pas trop important. Ce qui importe c'est que nous marchions dans la bonne direction, compte tenu des contingences de temps, de lieu, des impondérables et des obstacles de toutes sortes. Rappelons-nous qu'un seul petit pas vers la personnalisation est un pas immense. Ce seul petit progrès va se répartir dans l'ensemble de nos activités.

4. S.R. Ranganathan, *Five Laws of Library Science*, 2nd ed., Bombay, Asia Publishing House, 1952, 449 p. (Ranganathan series in library science, no 12) et *Encyclopedia of library and information science*, vol. 25, 66-67.

5. Traduction libre.

de A à Z

Nous comblons tous vos besoins d'abonnements

LES SERVICES D'ABONNEMENT
CANEBSCO

SIX BOUL. DESAULNIERS
SUITE 308
ST. LAMBERT, QUE J4P 1L3
(514) 672-5878
Ligne directe pour Québec:
(800) 361-7322

SERVICE AU QUÉBEC:

—Centre de traitement à St.-Lambert
—Equipe spécialisée
—Banque de données
—Avis professionnels
—Représentant des ventes