

# À la bibliothèque de l'université Laval, la Référence fait signe aux usagers

Régis Lessard

Volume 20, Number 3, September 1974

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1055671ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1055671ar>

[See table of contents](#)

## Publisher(s)

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

## ISSN

0315-2340 (print)

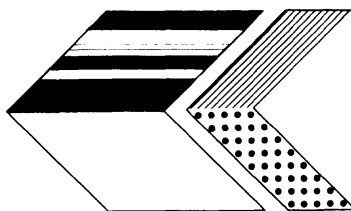
2291-8949 (digital)

[Explore this journal](#)

## Cite this article

Lessard, R. (1974). À la bibliothèque de l'université Laval, la Référence fait signe aux usagers. *Documentation et bibliothèques*, 20(3), 165–166.  
<https://doi.org/10.7202/1055671ar>

# chronique de la recherche



## A la bibliothèque de l'université Laval, la Référence fait signe aux usagers

Le Service de référence de la bibliothèque doit être excellent. Les usagers, les administrateurs, le public, les concurrents, tous doivent savoir qu'il est excellent et que l'équipe de référence est compétente, disponible, amène, enthousiaste, infatigable, noble, généreuse.

Pour disposer d'une pareille équipe, on peut s'y prendre de diverses manières. La plus simple, c'est d'inscrire une petite annonce dans les *Nouvelles de l'ASTED*: «Bibliothèque dynamique et ambitieuse recherche équipe de référence compétente, disponible, amène, enthousiaste, infatigable, noble, généreuse.» Vous attendez. Si l'équipe se présente, vous l'engagez et vous ne faites plus rien. Tout va bien pour vous: vous êtes né sous une bonne étoile. Vous connaissez le succès *ex opere operato*.

Si personne ne correspond à votre petite annonce, il faut inventer autre chose. Trouvée ou créée, il faut la bonne équipe. Ensuite, ne vous croisez pas les bras. Battez plutôt un peu la grosse caisse. Dites à tout le monde que votre Service de référence est excellent. Répétez aux usagers que vous êtes à leur disposition, connaissez des choses qu'ils ne savent pas, persuadez-les que vous pouvez leur être utiles. Par là, vous ferez d'une pierre deux coups: vous attirerez d'abord les usagers et féconderez leurs recherches, ce pour quoi vous existez; en second lieu, vous serez forcés de maintenir votre cote d'excellence. Vous vous améliorerez. Le gain le plus grand, la Référence

*Pareille à celui qui pense  
Et dont l'âme se dépense  
A s'accroître de ses dons*

(Valéry)

A Laval, où l'équipe de Référence est comme vous dites, et où tant de choses, il faut bien le dire, sont exemplaires, nous avons

battu la grosse caisse de la Référence. Nous l'avons fait par une exposition «excellente».

*Une exposition d'esprit et de cœur*

Pas un seul document de référence, pas un mot de technique, pas le moindre souci d'enseignement; une exposition centrée essentiellement sur l'invitation amicale, l'accueil bienveillant, l'échange utile usagers-assistant.

De palpable (et encore), nous n'avions retenu que les membres de l'équipe: commis, bibliotechniciennes, professionnels présentés en photographies sur des maquettes de périodiques épinglées au mur et affichant des biographies légèrement éthérées.

L'ensemble du message visait à faire percevoir la Référence comme la «présence réelle» de la bibliothèque auprès des usagers, comme la liaison entre des services nombreux et essentiels et le public. On montrait sa préoccupation de seconder efficacement les usagers pour participer au progrès général de la recherche universelle et au prestige de la bibliothèque et de l'université. La psychologie du Service était rapidement résumée: disponibilité, complicité, enthousiasme à tout prix. Le tableau final faisait appel à des usagers présents, exigeants et, malgré tout, compréhensifs.

*Un langage néo-référentiel, une imagerie un peu hallucinante*

Pareil canevas se prête au traitement de votre choix. Vous pouvez être pompeux ou décontracté selon votre talent et selon l'effet que vous espérez produire.

Nous avons opté pour le style indicatif direct, tempéré par une extrême bonne humeur. Notre C.Q.F.D., c'était: «La Référence de Laval est un grand Service, il est rentable de l'utiliser».

Notre stratégie de démonstration a consisté à illustrer et à expliquer sur panneaux muraux les sous-thèmes retenus à l'aide de coupures de périodiques et de déclarations pendulaires oscillant du simplisme à l'ésotérisme. «La satisfaction de nos usagers, disions-nous, pour illustrer la recherche du prestige, c'est notre premier réconfort. Ensuite, viennent nos médailles». L'illustration représentait le pavillon de la bibliothèque et ceux de cinq ou six facultés encadrés de médailles farfelues. Pour insister sur le fait que «Le service des usagers et l'entretien de leurs problèmes» représentent un de nos objectifs, nous avons sélectionné une serveuse aguichante offrant une liqueur affriolante à un consommateur prométhéen. L'inscription revue et corrigée disait: «The more you drink, the more you want to drink». Le texte explicatif allait comme suit:

«Face au dynamisme héraclitéen de la recherche qui a cours dans une université comme la nôtre, notre vocation de Référence se reconnaît des objectifs ambivalents et dichotomiques: satisfaire l'usager, entretenir sa clientèle. On comprend que la satisfaction de l'usager ne doit jamais être totale. On supprimerait son besoin en tarissant la recherche. Mais ce qu'il faut, c'est féconder les efforts de travail... A vous, pour toujours, la Référence».

La disponibilité, pour un autre exemple, était enfoncée par le *Salon* de Toulouse-Lautrec. Le commentaire déclarait:

«On dirait presque un esprit d'offrande... Au plus profond de leur ψυχὴ, tous les membres du service sont «à votre service» de 9 heures à 5 heures et amplius. Sans doute, nous gagnons notre vie comme ça: mais nous le faisons aussi par amour. Faites appel à nous, nous serons peut-être utiles».

Notre style volontairement écourtché, plutôt que de parler sérieusement Référence, se limitait à l'épiphénomène et s'appliquait à détendre et à égayer les interlocuteurs pour les séduire.

#### *Des interlocuteurs qui savent lire*

L'inexpérience d'une pareille méthode, adoptée en toute innocence, nous empêchait d'en prévoir les effets. Le premier test s'est fait à une séance inaugurale réunissant les quatorze personnes du Service de référence. Le fou-rire communicatif d'une employée a réconforté les concepteurs. Ils ont signé le bon-à-tirer et le public s'est amené; un public privilégié, sensible au verbe et à la sémiologie.

L'expression du «feedback» était conditionnée de deux manières: le traditionnel cahier de commentaires placé sur un lutrin à la sortie de l'exposition; près de lui, deux tirelignes, l'une dodue et enrubannée, identifiée comme «boîte à louanges», l'autre étriquée et revêche, identifiée comme «boîte à injures». Les commentaires s'accumulèrent rapidement; ambivalents parfois. Je cite en vrac:

*«Une exposition bien conçue, qui amuse, qui étonne, qui renseigne.»*

*«Je ne savais pas que des gens qui travaillent dans une bibliothèque pouvaient avoir un sens de l'humour aussi charmant.»*

*«Très bonne initiative: un peu de rire et d'humour dans l'«santuaire de la recherche» c'est rafraîchissant et ça donne envie de coopérer.»*

*«Pas bête du tout. Seuls les sots n'y comprendront rien.»*

*«On fait ce qu'on peut: encore faut-il admettre ses limites. A bon entendeur, salut!»*

*«On ne vous a jamais complimenté... Or vous vous en êtes chargés avec tact et discrétion. C'est bien. On n'est jamais aussi bien servi que par soi-même.»*

*«Vous êtes bien plus drôles que vous ne le paraissez.»*

En tout, trente-sept pages de réflexions amusées, généreuses, complaisantes; contre deux ou trois pousses de chiendent.

#### *Conclusion*

Une expérience de 18 carats, coûteuse sans doute, mais qui représente un placement sûr.

#### **Régis Lessard**

Chef du Service de référence  
Université Laval  
Québec