

Volume 14, numéro 1 / mars 1985 / ISSN 0315-9930

ARGUS
ARGUS
ARGUS

Corporation des bibliothécaires professionnels du Québec

Corporation of Professional Librarians of Québec

ARGUS

Comité de rédaction/Editorial Committee

Claudine Lussier, présidente
 Diane Baillargeon
 Paulette Bernhard
 Louise Carpentier
 Denise Diamond
 Suzanne Ledoux
 Sylvie Painchaud
 Suzanne Robitaille

Correcteurs/Correctors

Suzanne Robitaille
 Michel Thériault

Impression/Printing

Atelier des Sourds Montréal (1978) inc.

Traductrices/Translators

Helen Anderson
 Carole Mehu
 Nadia Palkiewicz
 Nola Brunelle-Leclair
 Sylvia McVicar

Publicité/Advertising

Agence Marsy
 440, boulevard Dorchester ouest
 Suite 1101
 Montréal, Qué. H2Z 1V7
 (514) 871-1757

Dépôt légal/Legal deposit

Bibliothèque nationale du Québec
 Bibliothèque nationale du Canada

Argus est une revue trimestrielle publiée par la Corporation des bibliothécaires professionnels du Québec.

Elle vise à l'information et à l'éducation de la profession.

La rédaction laisse aux auteurs l'entière responsabilité de leurs textes.

L'abonnement annuel est de 25\$ (6,50\$ le numéro) au Québec, 30\$ (7,50\$ le numéro) au Canada et 30\$ U.S. (7,50\$ U.S. le numéro) pour l'extérieur du Canada. Les étudiants bénéficient d'un prix spécial de 15\$ pour l'abonnement annuel.

Toute demande concernant les numéros manquants doit être envoyée, au plus tard un mois suivant la date de parution, à l'adresse suivante:

Argus
 Secrétariat de la CBPQ
 360, rue Le Moyne
 Montréal, Québec H2Y 1Y3

Toute reproduction des articles, en totalité ou en partie, doit être faite avec la mention de la source.

Les articles de la revue sont indexés dans le *Bulletin signalétique, section 101; Sciences de l'information - documentation, Information Science Abstracts, Library Information Science Abstracts (LISA), Library Literature* et dans *Points de repères*.

Argus is a quarterly magazine sponsored by the Corporation of Professional Librarians of Québec.

Its aim is to publish original papers for the information and education of the profession.

Articles are the entire responsibility of the authors.

The yearly subscription is 25\$ (6.50\$ an issue) in Québec, 30\$ (7.50\$ an issue) in Canada and 30\$ U.S. (7.50\$ U.S. an issue) outside Canada. Students' special rate is 15\$ for the yearly subscription.

Any request concerning missing issues should be sent, no later than a month after date of publication, to the following address:

Argus
 Secretariat of the CPLQ
 360 Le Moyne Street
 Montréal, Québec. H2Y 1Y3

Articles may be reproduced, in whole or in part with proper credit to their source.

Articles are indexed in *Bulletin Signalétique, section 101; Sciences de l'information - documentation, Information Science Abstracts, Library Information Science Abstracts (LISA), Library Literature* and in *Points de repères*.

VOLUME 14, NUMÉRO 1/MARS 1985/ISSN 0315-9930

ARGUS

Corporation des bibliothécaires professionnels / du Québec
Corporation of Professional Librarians of Québec

Mission impossible?

par André Petrowski

page 3

La vidéo en bibliothèque : 1975-1984;

Bibliographie sélective annotée

page 11

L'expérience de la vidéo à la Bibliothèque de la Ville de Montréal

par Lise Dépatie-Bourassa

page 15

La vidéo dans les bibliothèques : l'exemple de la Bibliothèque de Québec

par Jean Payeur

page 19

Diffusion vidéo alternative : l'expérience française

par Charles Bordeleau

page 23

Supplément encarté au Centre : Index annuel, volume 13 (1984)



LOGITHÈQUE

LE CHOIX DE PLUS DE 60 BIBLIOTHÉCAIRES POUR
AUTOMATISER LEURS CENTRES DE DOCUMENTATION!

«Simplicité, facilité, rapidité, précision, fiabilité, et clarté du logiciel
voilà autant de réalités qui caractérisent ce système...»

Robert Bleau

Responsable, Centre de Documentation
Polyvalente Ozias-Leduc,
Mont-St-Hilaire, Québec

1) Système de prêt en direct

- capacité: 65 000 titres, 11 400 abonnés utilisent un crayon lecteur et des codes zébrés.
- statistiques, inventaires, et plus...

2) Système pour acquisitions

3) Système pour les jeux de fiches et les étiquettes

4) Système de catalogage

5) Système de contrôle des publications en série

Bibliofiches (514) 336-4340

Tous les clients des régions (418), (819) et (613) peuvent nous rejoindre directement sans frais
en composant: 1-800-361-9211.

Mission impossible??

par André Pétrowski*

L'auteur dresse d'abord un tableau général du marché de la vidéo en Amérique et de son impact culturel. Il analyse ensuite la situation de la vidéo dans les bibliothèques publiques au Québec en brossant un bref historique de l'audiovisuel dans ces institutions et traite ensuite des problèmes reliés au droit d'auteur et à la production francophone limitée de vidéocassettes. L'auteur termine en citant une expérience qui démontre que la vidéo est très populaire en bibliothèque.

The author begins with a general overview of the video market in North America and its cultural impact. The article provides a brief outline of audio visual service in the public libraries of Quebec, deals with copyright, and discusses the limited production of video cassettes in french. It concludes by giving an example that demonstrates the popularity of the video in libraries.

Janvier 1985. Au Québec, 400 000 magnétoscopes, 400 000 familles, un million de personnes. Et «le nombre croît avec l'usage». D'ici très peu de temps, on parlera d'une pénétration de 50% (16% aujourd'hui, basé sur un récent sondage Crop qui donne 16% de 2,5 millions de familles québécoises) et pourquoi pas totale. Des sociologues ont déjà comparé l'évolution du vidéo à celle de la télé, au début des années 50. Explosion identique, cheminement identique et ce, même si le phénomène en est seulement au début de son apogée.

Aux États-Unis, les revenus de location de vidéocassettes déboursés par les propriétaires des 16 millions de magnétoscopes domestiques s'approchent inexorablement de ceux des salles de cinéma (6 milliards ou plus) et si les projections avancées se matérialisent, dépasseront d'ici très peu de temps. Aucun produit de consommation quotidienne n'a jamais franchi le mur du son avec autant de rapidité et à si peu de coût pour ses promoteurs, que la vidéo.

Bilan impressionnant à tout point de vue. Tradition instantanée qui a pris presque tout le monde par surprise. On le pressentait mais pas dans cette ampleur. Surtout que cette percée a pris moins de cinq ans pour atteindre

ces proportions. En 1981, on estimait à 11 000 le nombre de propriétaires québécois de magnétoscopes et il n'existait aucun vidéo club au Québec. On allait s'approvisionner à New-York.

Assez étrangement, cette prolifération du «hardware» n'a pas vu comme à la naissance de l'audio-visuel au début des années 60, les usagers se plaindre du manque de produit «software», pour alimenter cette machinerie insensée.

Très vite les ayants droits, en bons commerçants, à l'affût des bonnes affaires, se rendirent compte que cet avaleur d'images, qu'est le magnéto-scope présentait déjà des signes futurs d'insatiabilité. Se pourrait-il qu'on manquât un jour de produits? En prévision de cette disette, ils s'assurèrent les droits sur le plus grand nombre possible de documents existants et dans certains cas à venir, par un système d'options. Et en 1985, des productions des trente dernières années, plus dans le cas des classiques, plus aucune n'existe qui ne soit achetée ou retenue pour usage magnétoscopique.

Une dimension ayant son importance dans la popularité du médium est sans contredit sa facilité de manipulation par rapport, par exemple, au projecteur 16mm, de même que son coût, 2 000 \$ pour un projecteur versus 600 \$ pour un vidéo. Encore aujourd'hui, le projecteur 16mm n'est pas à

la portée de tout le monde, d'une part bien sûr, comme nous venons de le voir à cause de son prix, mais également, d'autre part, à cause du prix du produit et de sa difficile accessibilité pour le commun des mortels. On évalue au Québec, le parc des projecteurs à près de 3 000. Ce nombre, comparé aux 400 000 magnétoscopes a de quoi faire rêver et travailler les imaginations. Les bibliothécaires entr'autres se posent de sérieuses questions sur ce potentiel d'une clientèle à récupérer, même partiellement. Déjà, 1 300 vidéo clubs disséminés à travers la province font une concurrence commerciale assez réussie aux 135 bibliothèques ou systèmes de bibliothèques, dans la dissémination d'une nouvelle masse de «culture»: la collection québécoise active est évaluée à plus d'un million de vidéocassettes distribuées dans ces 1 300 vidéo clubs;

4 500 titres anglophones ou plutôt américains et 1 000 francophones. Un sondage sommaire effectué par l'ONF a démontré que chaque famille possédant un magnéto-scope empruntait (louait) en moyenne 2½ cassettes par semaine, soit 75 par an. Les quelques données filtrant des États-Unis tenteraient de confirmer ces chiffres.

Il était donc normal qu'un tel phénomène, dont on a dit aussi que son évolution était exponentielle, attire l'attention des bibliothécaires puisqu'il s'agit en fait d'une nouvelle façon

* André Pétrowski est représentant à l'Office national du film, section Québec.

(technique) de dissémination de la culture. Et à ce sujet, le mandat des bibliothèques est sans équivoque.

Vidéo et bibliothèques

C'est maintenant, à partir d'ici que débute vraiment notre propos. Ce phénomène, cette explosion, cet avenir... prometteur de la vidéo devant quelles options placent-ils les bibliothèques? Reprenons quelques-unes des données premières: 1985, 400 000 magnétoscopes; 1990, presque 2 millions; publié en 1983, le Tessier décrivait 7 000 titres d'ouvrages francophones canadiens, en 1985, un nouvel ouvrage informatisé publié par le SADA, en répertorie 12 000 avec droits vidéo; puis il faut ajouter les 5 500 titres de longs métrages et, finalement, le Vidéo Source Book américain qui lui vient ajouter une quarantaine de milliers de titres aux autres. Nous approchons de 60 000 et nous pouvons sans trop craindre de nous tromper faire des projections de cent mille d'ici quelques années.

En excluant les longs métrages, puisqu'on connaît la vocation de leur contenu, quels sujets, le reste de cette collection, couvrent-ils, qui pourraient intéresser les bibliothèques? Récemment, une maison d'édition-vidéo française, offrait sur le marché québécois dix-huit cassettes extrêmement littéraires: Simone de Beauvoir, Marguerite Yourcenar, Marguerite Duras, Jean Genet, Jean-Paul Sartre, moins littéraires mais néanmoins culturels. De plus en plus, le théâtre, l'opéra, les concerts se vidéoisent. Bref, à ce rythme là, les usagers n'auront bientôt que l'embarras du choix. Nous expliquerons un peu plus loin où cet abondance en fait, connaîtra malgré tout quelques contingences linguistiques. En somme l'équation posée par et pour les bibliothécaires semblerait d'une simplicité de mathématique débutante. Il y a actuellement une conjonction étonnante, d'une part de beaucoup de documents et d'autre part de machines permettant le visionnement de ces documents sans trop de difficultés, techniques ou autres.

Les bibliothécaires vont-ils laisser passer le train?

Au début des années 60, les professeurs rejetaient en majorité l'audio-visuel, spectre hideux du remplacement des dits professeurs par des machines et des images. Vingt-cinq ans plus tard, l'audio-visuel est toujours là, quotidien, efficace, varié... et les profs

également. À l'appel du vidéo, les réactions de quelques-uns des 2 000 bibliothécaires, varient de l'enthousiasme délirant au refus global. Certains observant un déclin dans la lecture, y voient une excuse supplémentaire pour continuer à la boudier, certains encore craignent un envahissement qui pourrait faire disparaître le livre. Doit-on sacrifier le sacro-saint livre au profit de l'image. On a même vu des regards absolument «étonnés d'ignorance» à la mention du mot vidéo. On rencontre parfois la restriction morale à faire concurrence au vidéo club du coin, immédiatement contredite d'ailleurs par le bon vieil adage des bibliothécaires «les bibliothèques n'ont jamais empêché les librairies de prospérer». Bien entendu, les mêmes réserves ayant combattu le 16mm se retrouvent contre la vidéo.

En étudiant la situation actuelle au Québec, dans les lignes qui suivent, nous aurons un aperçu de l'autre côté de la médaille. Mais dans l'ensemble, si les réactions des bibliothécaires s'étant exprimé à ce jour sont représentatives du milieu, on pourrait conclure qu'actuellement les tendances sont positives et évolutivement favorables par rapport à, disons, il y a un an. Là, comme dans le grand public, les intéressés sont passés d'une sorte d'indifférence bienveillante à une prise de conscience de l'existence et de la signification véritable de la vidéo.

D'ailleurs, même s'il n'existe pas encore de statistiques magistrales, il n'en demeure pas moins que de nombreuses bibliothèques se sont déjà engagées. Aux États-Unis, depuis plusieurs années, des résultats sont comptabilisés, quantifiés et même qualifiés. Il ne semble pas encore exister de données nationales mais plutôt locales, très fragmentaires, colportées de bouche à oreille: collections rotatives, achat collectif, distribution pure et simple intégrée dans le système comme par exemple dans une des grandes banlieues de Chicago où un tel système dessert 250 succursales et possède 15 000 vidéocassettes et peut-être plus au moment de publier ce papier. Ce système incidemment, semble très bien rôdé puisqu'il se vante de pouvoir livrer une cassette réservée en moins de 48 heures, à n'importe laquelle des 250 succursales. Le responsable du service entrevoit le «phasing out» de la collection 16mm d'ici moins de cinq ans. Près de New-York, les préposés au service dans une bibliothèque prêtant de la vidéo ont remarqué un accroisse-

ment de la clientèle, et même un regain d'intérêt de la part d'anciens membres qui n'avaient plus mis les pieds à la bibliothèque depuis quelque temps. Peut-être le phénomène le plus intéressant, en tout cas du point de vue philosophie existentielle de la bibliothèque réside dans l'apparition dans ses locaux des analphabètes «pour voir du livre». Pourquoi pas?

Au Canada malheureusement, avec notre tendance historique à être toujours deux ans en retard par rapport à nos voisins, les chiffres sont encore très bas. Il y a moins d'un an, on comptait à peine 25 bibliothèques dans l'ensemble du pays, distribuant des vidéocassettes. Par oui-dire, ce nombre aurait légèrement augmenté aujourd'hui. Au Québec, où comme on sait «on sait faire», on aurait pu hurler au désastre encore très récemment: une seule bibliothèque prêtait des vidéocassettes, 3 systèmes de bibliothèques possédaient une collection relativement importante de cassettes pour consultation sur place. On pourrait se réjouir que ces rares responsables aient eu l'audace de se lancer dans un genre aussi peu connu et presque à l'aveuglette simplement parce qu'ils y croyaient. Puis le mouvement a commencé à s'intensifier. Peut-être pourrions-nous ici faire une courte parenthèse pour essayer de décrire un facteur incitatif, un parmi d'autres ayant aidé le mouvement.

Vidéoculture

1982, l'IFLA choisissait Montréal pour son congrès annuel. Les responsables locaux demandaient à l'ONF d'y participer. Ce dernier avait le choix de le faire d'une manière très traditionnelle en exhibant pendant la durée du congrès ses productions audio-visuelles. Au lieu de cela, il était décidé plutôt d'essayer autre chose, innovateur si possible. Certains agents-animateurs à l'ONF avaient pressenti depuis quelque temps l'ampleur de la pénétration de la vidéo dans la vie quotidienne des Canadiens, ampleur dont les répercussions ne pouvaient pas ne pas se faire sentir dans les bibliothèques. Et ainsi naquit l'idée de Vidéoculture, titre du sujet de l'intervention «onéfienn» mais également titre d'un document audio-visuel annonciateur du boom vidéo, prévenant les bibliothèques de ce boom et les mettant en garde contre des prises de décisions tardives. Le document connut un assez bon succès, fut même vendu en nombreux exemplaires au Canada et à l'étranger et continue d'ailleurs, à cir-

culer auprès des administrateurs, édiles municipaux et corps intéressés, même si le phénomène vidéo a acquis aujourd'hui ses lettres patentes. Bref, entre les audacieux novateurs bibliothécaires, les consultations entre professionnels, le mouvement prenait son essor. Aujourd'hui, une dizaine de bibliothèques au Québec ont acquis des collections de vidéocassettes, collections qui vont de 17 cassettes à près de 5 000. Des expériences sont même en cours, dont la plus importante, celle de Vidéo-Biblio qui a pour protagonistes trois bibliothèques québécoises et l'ONF. L'ONF, un des producteurs les plus prolifiques de matériel audiovisuel national et dont le mandat est de voir à la dissémination de l'identité canadienne auprès de plus grand nombre possible de Canadiens par le biais de productions décrivant cette identité sous toutes ses formes, s'est entendu avec ces bibliothèques, municipales et centrales de prêts, pour déposer dans ces dernières une collection de ses productions en vidéocassettes format domestique. Pour cette expérience, le dépôt était gratuit, mais certaines conditions y étaient attachées, conditions d'ailleurs énoncées et acceptées par les participants. L'ONF s'attend également à recueillir des statistiques, qualitatives et quantitatives; la bibliothèque doit acheter un certain nombre de produits de l'industrie privée pour que la comparaison soit objective; les bibliothèques et l'ONF s'attendent à mesurer l'intérêt des Québécois pour le documentaire. Il est encore trop tôt pour conclure et les résultats sont encore fragmentaires, mais indiquent une tendance positive. Nous en reparlerons un peu plus loin.

La vidéo et la loi

Alors que pour le 16mm les droits attachés étaient d'interprétation relativement facile, peut-être à cause du prix de base élevé pour un tel produit, des problèmes se dessinent à l'horizon de l'utilisation de la vidéo. Quelques faits : si on observe l'ensemble des bibliothèques s'étant engagées dans la vidéo on distingue deux tendances contraires : celle du prêt à domicile et celle de la consultation sur place. En se penchant sur les raisons pour lesquelles les décisions ont été prises, il apparaît évident qu'au départ, certains bibliothécaires parmi les premiers qui se sont aventurés dans ce nouveau médium ont pris la décision d'une approche par rapport à l'autre en fonction de leur propre intuition, parfois en fonction de

certaines disponibilités de produits ou de services, les raisons, en bref, pouvaient être nombreuses. C'est ainsi que deux écoles de pensée existent, empiriquement créées. Ne pouvant s'appuyer sur aucune donnée scientifique, mais désirant cependant «prendre le fameux virage technologique» les bibliothécaires n'ont guère d'autre choix que de suivre les mouvements existants, mis sur pied et tester par leurs confrères.

Pour les quelques professionnels du droit d'auteur qui sont plongés dans la recherche, la distinction entre les deux possibilités est extrêmement difficile à comprendre et par conséquent à expliquer : un produit audio-visuel est rarement acheté ou vendu comme tel, aussi simplement qu'un produit de consommation que l'on remplace une fois consommé. Ce qu'on acquiert en réalité, c'est avant tout une manière de l'utiliser puis cette manière déterminée, on livre le document sur un support matériel en l'occurrence, une bande magnétoscopique. Donc, une vidéocassette s'acquiert avec certains droits attachés, droits dont le coût varie selon la fameuse utilisation désirée. Bien sûr, on peut également acheter une combinaison de droits à un coût supérieur à l'une ou l'autre des deux utilisations.

En pratique, les droits privés donnent à la bibliothèque le droit de prêter à des particuliers les vidéocassettes acquises avec ces droits, uniquement et les droits publics donnent à la bibliothèque le droit de faire des présentations dans l'enceinte de la bibliothèque à un ou plusieurs spectateurs mais pas de prêter à des particuliers. Le particulier légalement, ne peut regarder ladite cassette que dans l'intimité de sa résidence et ne peut même pas en regarder une partie dans la bibliothèque pour, par exemple, s'assurer que c'est bien la cassette qu'il désire. De nombreuses autres subtilités d'interprétation existent dans l'explication desquelles nous ne nous engagerons pas. Qu'il suffise de savoir que ce roman policier de la définition des droits d'auteurs du vidéo représente avant tout une question de gros sous, et comme tout le monde en veut et que personne ne veut en donner, on ne doit pas nécessairement approcher d'une solution agréablement acceptable par tout le monde. Aux États-Unis, paradis des avocats, des armées de ces avocats passent au crible les moindres phrases de la loi pour découvrir la solution légale qui avantagera leur client de quelque parti soit-il.

Un lobbying féroce se pratique au Sénat afin de forcer la main aux sénateurs pour des prises de position. Des procès timides sont intentés. A tout ce margouillis légaliste se greffe la piraterie, le droit de la première vente, le cambriolage des salles de projections, bref un vrai panier de crabes. Et le bibliothécaire doit retrouver ses petits dans tout ce fatras. Mentionnons en passant que le piratage ou copiage de l'œuvre est littéralement et techniquement un jeu d'enfant à l'inverse des films ou même des photos ou livres.

Le gouvernement québécois vient tout juste de régler hors cour un contentieux entre les distributeurs privés et certaines institutions d'enseignement, qui justement enfreignaient depuis de nombreuses années la loi du droit d'auteur. La SADA (Société pour l'avancement des droits d'auteur) a été mise sur pied au Québec pour appliquer un certain contrôle de ces droits.

Pour en terminer avec la décision des bibliothécaires de s'engager dans un mode de diffusion plutôt que dans un autre ou même dans les deux, simultanément, répétons que le choix demeure encore aujourd'hui subjectif, et surtout personnel. L'auteur du présent article favoriserait le prêt individuel, avec des exceptions à titre onéreux dans certains cas, ou tout simplement des exemptions justifiées et ce, de manière extrêmement précise. Il n'est pas certain que l'usage prouvera le bien fondé d'une méthode par rapport à une autre, mais il est trop tôt pour le dire.

Choix et prêt

Il existe une nette parenté entre le livre et la vidéocassette, entendons par là que si on trouve en librairie ou en bibliothèque des romans de toutes sortes, on trouve également des ouvrages d'information scientifiques, historiques et toute l'infinie gamme de ce qui n'est pas roman. La distinction est absolument identique dans le contenu de la vidéocassette. Seule, peut-être, diffère la proportion.

Le début de ce document faisait mention de 100 000 titres composant la collection universelle nord-américaine connue, avec 5 ou 6 000 longs métrages et le reste en documentaires, cette proportion est loin des 35/65 acceptée par le milieu. En terme d'actualité, précisons que les 95 000 titres de docu-vidéo sont très très loin d'être sur les listes des produits disponibles dans les bibliothèques offrant des cassettes.

Par exemple, dans la grande banlieue de Chicago, là où la collection se montait à 15 000 ouvrages, il s'agit en majorité de longs métrages, en plusieurs copies de chaque titre bien entendu, et le même phénomène se répète un peu partout où il y a distribution vidéo. Jusqu'à la fin 1984, presque toutes les bibliothèques ayant décidé de s'engager dans le prêt vidéo avaient décidé de n'offrir que du long métrage uniquement, ce qui expliquerait bien sûr, les succès retentissants obtenus. Il faut réserver d'avance dans certains cas, parfois, il faut non seulement réserver d'avance, mais être prêt à attendre... des mois. Vive, donc, le vidéo club du coin; premiers arrivés, premiers servis et s'il n'y en a pas assez on en achètera d'autres. Donc, les bibliothèques prêtant de la vidéocassette ne pousseront pas les vidéo clubs à la faillite: C.Q.F.D. Si dans les bibliothèques la popularité du roman par rapport à un ouvrage «non roman» est un fait acquis, on ne peut encore en dire autant du vidéo-document. Dans l'une des bibliothèques avec laquelle l'ONF tente l'expérience de Vidéo-Biblio, la disproportion entre le prêt de longs métrages et le prêt de documentaires est très prononcée, confirmant ce qu'avait prévu les tenants de la vidéo à l'Office. Mais fort de sa réputation de producteur de documents de qualité, fort de son mandat de dissémination de la culture, conscient également que la tradition canadienne du documentaire avait pris naissance grâce à son existence, l'Office se devait donc d'initier dans ce domaine, d'où Vidéo-Biblio. Cet investissement de l'organisme public, en personnel et matériel n'est pas fait à l'aveuglette. Il part d'une certitude, en partie déjà prouvée par la situation symptomatique de l'avenir financier de la vidéo sous toutes ses formes. Ainsi que mentionné au début de cet exposé, tous les produits audiovisuels existants sont liés par des contrats, sans nécessairement être sur le marché. Les acheteurs, en investissant pour demain sont convaincus que demain le marché sera là. Mais chaque chose en son temps. Doit-on pour autant en tirer les conclusions qu'un bibliothécaire désirant offrir un service de vidéocassette doit le faire en acquérant seulement du long métrage?

L'hypothèse est tentante et le résultat quasiment assuré. Là encore, nous tombons sur une question de choix et de décision personnels. Dans un article en anglais, «The impact of VHS video cassettes in the public library, Irving

Levering, Head of Audio visual Services Suffolk co-operative library system Bellport, N.Y.», paru récemment, le bibliothécaire interrogé sur les raisons du succès de son programme vidéo, déclarait qu'il considérait sa bibliothèque comme une boutique, or lorsqu'on tient une boutique, on doit toujours s'arranger pour que le client puisse obtenir ce qu'il désire et c'était la politique qu'il pratiquait. À tel point d'ailleurs, qu'il s'enorgueillissait de fournir à ses abonnés des films de catégorie «R», c'est-à-dire l'avant dernière classification avant le «X» de la pornographie. Il exigeait simplement de l'emprunteur la preuve qu'il avait au moins dix-sept ans. Par ailleurs, une directrice de bibliothèque du Québec avouait se poser de sérieuses questions sur son droit moral d'offrir à ses abonnés du long métrage alors qu'à son avis, le monde avait également besoin d'un peu de culture véritable. Le dilemme s'accroît si on ajoute d'autres considérations d'ordre matériel. S'il est reconnu que la bibliothèque est bien fournie en longs métrages populaires, le monde accourra, fera la queue pour obtenir les fameux longs métrages, on refusera du monde à la porte. Refuser du monde à la porte, rêve de tous les organismes publics, refuser du monde à la porte, signe de popularité, etc., etc. et l'administration de la bibliothèque pourra présenter un bilan de fréquentation avantageux et ainsi exiger des budgets accrus en conséquence. On peut pousser les exemples jusqu'à l'absurde, par exemple, en terme d'amortissement de base, pour un vidéo club, une cassette doit être active, c'est-à-dire, générer des revenus de location pendant huit semaines, après quoi, on peut la reléguer au garage, sans risque de manque à gagner. Certaines bibliothèques au courant de cette situation proposent tout simplement au vidéo club du coin de lui racheter pour une fraction de sa valeur initiale ladite cassette. Le comptant est à la base de toutes les transactions du milieu. Le propriétaire du club accepte, achète de nouveaux titres grâce à ce comptant. La bibliothèque a acquise une copie presque neuve et tout le monde est content, un véritable mariage de raison où les deux fiancés nagent dans la compréhension mutuelle totale.

Que ce soit par expérience, par éthique professionnelle, la décision demeure et demeurera pendant longtemps encore personnelle, de la part de l'administrateur de la bibliothèque. Et

il est évident qu'il s'avérerait difficile de blâmer un professionnel de choisir «la voie facile» quand la culture a si peu droit de cité dans notre société actuelle. Comment également blâmer un bibliothécaire, qui devant l'incompréhension de son conseil municipal, choisit de l'éblouir en lui présentant de sa bibliothèque une image florissante. La démarche naturelle serait «bibliothéconomiquement» de partir de la définition du rôle polyvalent de la bibliothèque, c'est-à-dire le divertissement et l'information sous toutes leurs formes, la culture générale en somme, en acquérant un peu de tout, étant admis au départ que le long métrage devra sortir quotidiennement et les cassettes documentaires pourront se permettre de sortir une fois par jour ou une fois par an. Ce raisonnement n'est pas nécessairement une utopie puisque c'est le cas du livre. Mais les bibliothécaires auront-ils la patience, le courage de tenter toutes ces démarches. Pas tous, certainement, en tout cas pas celui qui à l'instar de son homologue américain se disait prêt, si son abonné l'exigeait, à lui fournir de l'Harlequin de la cassette.

Que nous réserve l'avenir?

Ce portrait de la situation de l'avenir de la vidéo dans le milieu des bibliothèques serait incomplet si on n'y ajoutait pas une exploration sommaire et rapide de l'avenir «culturelle de la vidéo culture», horizon plutôt à ce stade, parce que lointain... mais visible. Est-ce là une mission impossible?

Que nous réserve à brève ou longue échéance cette nouvelle forme de culture. Les longs métrages ont fait leur percée et leurs marques. Timidement, les classiques commencent à se placer sur les tablettes des marchands de rêves animés en conserve. Témoin, ce magnifique Alexander Platz, testament du cinéaste allemand Fassbinder, 15 cassettes. Puis, ce coffret cadeau du grand cowboy John Wayne. Par là, chez les plus audacieux encore, apparaissent l'opéra, les grands concerts. Von Karajan ne donne plus un concert qui ne soit enregistré pour diffusion ultérieure sur vidéocassette. La Place des Arts avec son grand chef Dutoit est en pourparlers pour des ententes de production. Radio-Canada a mis sur le marché une cassette du périple canadien du Pape. Qui sait peut-être bientôt quelqu'un aura assez d'inspiration pour produire une cassette sur la façon de commencer une vidéothèque en bibliothèque. Le prin-

cipe du «Comment faire» existe déjà, même si pas encore très populaire : Comment jardiner, Comment jouer au tennis, Comment rester en forme avec Jane Fonda (millionnaire Mme Fonda avec cette cassette), Comment cuisiner avec Sœur Berthe ou Pol Martin, La plomberie en 24 images. Aux États-Unis, jamais à court d'idée, on a sorti le «Divorce et comment le réussir», La tenue des finances familiales, etc., 100 000 cassettes, c'est beaucoup, mais en fait c'est peu pour notre société avide de tout savoir. Le grand espoir des prochains jours, ce qui fera qu'une fois pour toute le magnétoscope sera intégré non pas à notre poste de télé, mais intégré à notre vie quotidienne : le 45 tours vidéo, le vidéo-clip, le vidéo à 19,95 \$ à la portée de toutes les bourses, 19,95 \$ demain et en-dessous de 10 \$ après demain, les progrès techniques de reproduction aidant. Ajoutons à ce facteur économique important un autre facteur économique que certains pourront comparer à des airs connus : l'entrée imminente sur le marché du lecteur coréen, qui ne sera pas loin de presque se donner. Qui pourrait maintenant douter de l'avenir de la vidéo?

Évidemment, s'il reste de la place et pourquoi n'en resterait-il pas, le documentaire prendra la place qui lui revient après tout ce populisme, comme le livre d'intérêt général a pris la sienne, ni plus ni moins. Nous ne parlerons pas ici des collections car les bibliothèques n'interviennent pas dans le domaine de la vie privée, sinon peut-être d'inciter en permettant au collectionneur de regarder avant d'acheter.

L'auteur a développé au cours de ses années de recherche et d'observation de la vidéo et de ses utilisateurs, une théorie sur l'acceptation et surtout l'utilisation du vidéo documentaire. Tout propriétaire de magnétoscope, lors des premiers mois d'utilisation, veut tout voir et se gave littéralement de produits récents. Ce qui épuise l'inventaire disponible. Puis, il se rabat sur des titres moins récents, épuisant une deuxième source de produits. Lorsqu'il a fait le tour de ce qu'il connaissait, de ce que lui avaient conseillé ses amis, les critiques, les revues, il va piger au hasard. Là, par contre, c'est lui qui risque de s'épuiser, car il va inmanquablement tomber sur du produit de série «B», inconnu, pas nécessairement bon.

Si au début de la vidéo, les «majors» ont envahi le marché de leurs produits, il va de soi qu'ils ont

jeté dans la bataille tout ce qu'ils pouvaient. Donc, à partir de maintenant, en fait de longs métrages, on ne peut espérer trouver que les nouveautés. Mais combien de nouveautés cassettables peut-il se produire dans une année? De l'avis du gérant national des ventes d'une grosse compagnie américaine, 20 à 30 annuellement. 20 à 30 titres pour satisfaire autant de goûts différents sinon plus! Sauf dans le cas de grands classiques qu'on peut et veut voir et revoir, peu d'autres titres, mêmes excellents, résistent à l'assaut du temps.

Mais le magnétoscope est à la maison et on ne le laissera certainement pas inutilisé. Donc, on va devoir se tourner vers d'autres types de films que le long métrage de fiction : le documentaire vidéo. Cette tendance se lit entre les lignes des rapports financiers des compagnies de vidéo-édition. Nous prévoyons de deux à trois années pour la percée de cette nouvelle génération de vidéo-documentaires.

Enfin, à ce panorama global pan-américain (du Nord), il faut ajouter un autre aspect de la vidéo : la production de docu-vidéo par les bibliothèques ou ses usagés, nouvelle corde à l'arc de la polyvalence des bibliothèques. Les applications de ces documents sont multiples, les coûts relativement peu élevés, une fois le choc de l'investissement de base passé. Ce genre de production peut aller du document d'intervention, en passant par l'enregistrement audiovisuel de conférences ou d'activités culturelles. Quelques bibliothèques offrent déjà ce service. À bientôt les festivals des œuvres créées par la bibliothéconomie.

Dans le portrait peint de ce monde pan-américain de la vidéo, on pourrait faire entrer un quart de milliards de personnages, sans se tromper. Il s'agit bien sûr des anglophones de notre continent. Mais sur ce même continent vivent 5 à 6 millions de francophones qui veulent eux aussi leur part du gâteau. En revisant les chiffres du début de cet article, on pourrait conclure que 13 000 titres francophones (1 000 longs métrages et 12 000 documentaires) représentent une bonne proportion par rapport à 100 000 titres et par rapport à 250 millions d'anglophones. Mais la réalité n'est pas aussi rose. Dans une grosse proportion, les 12 000 titres «non longs métrages» sont extrêmement didactiques et donc échapperaient à la définition ponctuelle du vidéo-document, d'une part, et d'autre part (comme si cette première

réserve n'était pas suffisante), certains de ces titres didactiques, fabriqués chez notre grand mère la France, sont très peu adaptables aux standards nord-américains, avec comme première conséquence que lorsque on ne peut faire autrement, on choisit du document anglophone américain. La pauvreté de l'inventaire francophone est encore plus évidente lorsqu'on analyse la situation du long métrage francophone offert : 1 000 à 1 200 titres, dont il faut tout de suite soustraire un bon tiers de films pornographiques. Cette collection française de longs métrages se compose premièrement des quelques dizaines de productions québécoises. Dans ce cas, aucun problème d'édition ne se pose. Elle contient également des longs métrages dont les droits de salle appartiennent à des distributeurs québécois, donc là également aucun problème d'édition ne se présente et les autres achetés directement en France, pour distribution en vidéocassette.

Lorsque les vidéoclubs commencent à proliférer à travers notre province, le distributeur se faisait continuellement réclamer du français avec promesse de fortune s'il remplissait la demande. Quelques-uns s'essayèrent et faillirent, au début, en tout cas, se casser le cou. Enquête effectuée, ce qu'on entendait par français était de l'américain traduit. Cette découverte et le peu d'enthousiasme démontré par la clientèle calma l'ardeur des importateurs. D'autant plus qu'à ce manque d'enthousiasme se greffait un risque financier certain de la part de l'audacieux distributeur francophile qui devait payer les droits de distribution, le transport, presque toujours le transcodage du système SECAM français à notre système NTSC, tous deux incompatibles et bien sûr l'édition de chaque cassette et son emballage. Une étude récente effectuée pour le compte du Ministère des Communications du Québec, par la firme Jolicœur et Associés, établit le prix moyen d'une cassette d'origine française au détailant à 77 \$. Or, le marché national, en fait provincial, se limite presque uniquement au Québec. Le distributeur doit donc vendre un minimum de cassettes rien que pour récupérer son investissement de base, alors que pour la cassette originant de notre continent, il s'agit d'achat à la pièce, sans les frais mentionnés plus haut. Une illustration de ce manque flagrant d'enthousiasme peut être observé dans le cas suivant : le film «Le retour de Martin Guerre»



de **A à Z**

Nous comblons tous vos besoins d'abonnements

LES SERVICES D'ABONNEMENT

CANEBSCO

SIX BOUL. DESAULNIERS
SUIITE 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
- Équipe spécialisée
- Banque de données
- Avis professionnels
- Représentant des ventes

• **TOUTES LES NOUVELLES PARUTIONS, JEUNESSE ET ADULTE, ÉTALÉES PENDANT 4 MOIS.**

- **DU NOUVEAU:**
- **SALLE D'EXPOSITION PERMANENTE DE PLUS DE 10 000 TITRES.**
- **UN ÉTALAGE DE JEUX ÉDUCATIFS DE LOGICIELS ET DES DIDACTICIELS.**
- UN SERVICE D'ENVOI DES LISTES DE NOUVELLES PARUTIONS.
- UN ÉVENTAIL COMPLET DE TOUS LES OUVRAGES DE LANGUE FRANÇAISE: QUÉBÉCOIS ET ÉTRANGERS.

Heures d'ouverture: du lundi au mercredi 9h à 18h
jeudi et vendredi 9h à 21h
samedi 9h à 17h

Librairie agréée par le ministère des Affaires culturelles.

 **Librairie
FRANCE-
QUÉBEC
Inc.**

3550, rue Rachel est
Montréal, Québec
H1W 1A7
Tél.: (514) 526-5951

avec l'acteur français Gérard Depardieu, aurait dû selon la célébrité de Depardieu, par exemple, se vendre en très grand nombre. D'ailleurs, il est à peu près certain que le Distributeur en ayant acquis les droits, a dû payer le gros prix. Or, le succès ne semble pas être venu et aux dernières nouvelles on pouvait se le procurer pour moins de 50 \$, on est loin du 77 \$ de moyenne. Malgré le sérieux de cette situation, le milieu prétend que la tendance est en

train de remonter, les Québécois seraient en train de «re-découvrir» le film français. Bien entendu, le film américain traduit et original continue à prospérer. Ironie de la culture, les Français friands de tout ce qui est américain achètent des majeurs américains les droits de leur film, font des doublages et finissent par nous en revendre une partie.

Nous terminerons cet article en décrivant une expérience assez excep-

tionnelle dans son approche et probablement unique au Québec. Il s'agit de la Bibliothèque de la Ville de Québec qui s'est doté d'une vidéothèque format SECAM Français. La collection se compose entr'autres de près de 900 titres français dans leur format d'origine. Ces cassettes sont visibles sur place, à la bibliothèque, sur des magnétoscopes dits tri-standard. Il paraît que les listes d'attente pour le visionnement s'allongent...

À VOTRE SERVICE

DEPUIS

1946

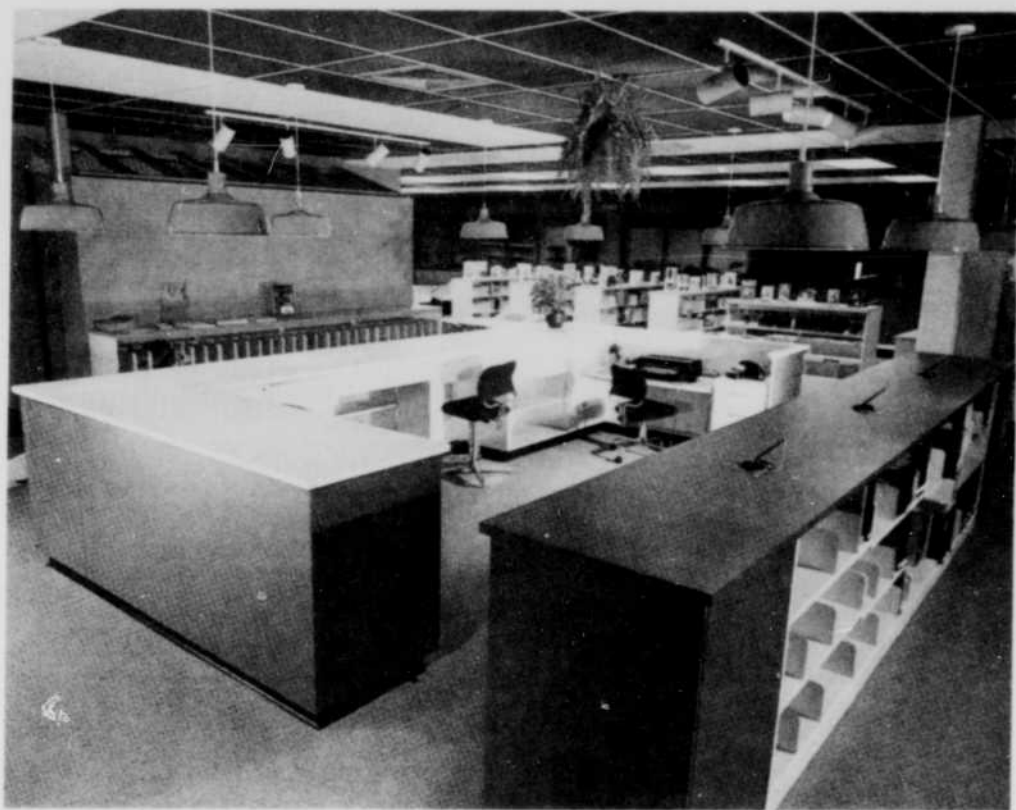
PERIODICA
INC.

**AGENCE INTERNATIONALE
INTERNATIONALE SUBSCRIPTION
D'ABONNEMENTS AGENCY**

- Entreprise canadienne-française.
- Service professionnel d'abonnement.
- Gestion informatisée.
- Service personnel aux collectivités.

1155, avenue Ducharme, Outremont, Qué., H2V 1E2
C.P. 444, Outremont, Qué., H2V 4R6
Tél.: (514) 274-5468 Téléc.: 05-25134

Suzanne André, adjointe à la direction
et plus spécialement responsable du service aux collectivités,
peut vous aider à rationaliser votre service de périodiques.



Bibliothèque publique de Brossard

BUREAU COMPTOIR — Fait sur mesures

Équipement Biblio Québec est en mesure de faire un "design" spécial si vous désirez un bureau-comptoir répondant à des besoins spécifiques. Que ce soit pour un réarrangement de votre bibliothèque existante ou une planification entièrement nouvelle, nous pouvons, selon vos données de base, préparer un projet qui vous permettra d'opérer efficacement dans un milieu agréable.

La vidéo en bibliothèque : 1975-1984 Bibliographie sélective annotée*

Les critères de choix retenus furent les suivants : pertinence quant à la bibliothéconomie québécoise; expériences nouvelles en vidéo; discussion et justification de certaines orientations quant au choix des documents.

BURK, Leslie Chamberlin (ed). *Vidéo and cable guidelines*. Chicago, Illinois American Library Association, Library and Communications Section, 1980, 461 p. illus.

Designed to provide practical, clear information to librarians who know little or nothing about video or cable technology.

DOYLE, S. Video Recordings in Public Libraries. *Australian Library Journal* (au), vol. 33, Issue 1, p. 24-30, Feb. 1984.

The provision of Video Recordings in Public Libraries as sources of information and recreation has received extensive consideration by librarians, particularly since the advent of video cassettes and the widespread availability of video recorders. In order to stimulate interest in the topic the Audiovisual Services Committee of the Library Association of Australia requested one of its members, Mr. Stephen Doyle, a public librarian with extensive experience in developing a video recording collection in a public library, to prepare a report on the topic. This paper reports on the development and operation of a collection of video recordings in the author's library and offers some brief guidelines.

HARMS, Valerie. Baltimore County's Video Search Sparks New Product

* Les titres et résumés proviennent des banques de données bibliographiques ERIC, INFORMATION SCIENCE ABSTRACTS, LISA.

Line. *School Library Journal*, vol. 30, no. 8, p. 23-25.

Describes a pilot project undertaken by the Office of Library and Media Services of the Baltimore County Public Schools with Weston Woods, Inc., which involved the purchase of 100 videocassette reproductions of 10 different films based on children's books. Purchasing information for the video cassettes is included.

ADAMS, John M. Fast Forward/Reverse/Play: circulating video comes to Moline. *Library Journal*, vol. 108, no. 17, October 1st, 1983, p. 1849-1850.

Recognising the growth of home video, the board of Moline Public Library in Illinois saw it as their responsibility to offer the loan of software. A 6 month experiment in the lending of video cassettes was a failure, but when the library began to lend a videodisc player as well as discs, the service became a real success. The lesson seems to be that with the proliferation of videoformats, the library must choose software in one format and also be prepared to lend the hardware on which to play it, thus allowing the service to be used by all patrons. Video-lending, as well as being a service, is also a form of public relations, demonstrating that libraries are expanding and improving.

BARYLA, Christiane. Un vidéodisque interactif à la bibliothèque Sainte-Geneviève. *Bulletin des bibliothèques de France*, vol. 28, no 4, July/August 1983, p. 373-382.

BORDELEAU, Charles. La vidéo en bibliothèque : résultats d'une enquête. *Argus*, vol. 12, no 6, Nov.-Déc. 1983, p. 133-140.

ELLIS-KING, Deidre. Video and Television Viewing Facilities in Dublin Public Libraries. *Audiovisual Librarian*, vol. 9, no. 1, Winter 1983, p. 28-29.

Describes the introduction of free facilities for viewing a stock of educational videos on the premises at Ballyfermot by Dublin Public Libraries. Discusses copyright problems of what is effectively a public performance. It is intended to expand the service.

FALLOWS, Christopher. Minorities - Who Needs Them. *Audiovisual Librarian*, vol. 9, no. 4, Autumn 1983, p. 200-201.

Discusses reasons why the public libraries should stock, and thereby encourage, the sort of video material that is not viable in a commercial video library, particularly specialist materials which are of interest to minority audiences.

HANNABUSS, Stuart. Video Piracy: the Literature and the Law. *Audiovisual Librarian*, vol. 9, no. 1, Winter 1983, p. 30-37.

Referring to numerous recent articles, outlines the current state of the market in video recorders (worth around PND200 million in the UK in 1982), cassettes and discs, and examines the methods of distribution and content of videocassettes. Given the

state of volcanic change, describes the different types of piracy (piracy, counterfeiting and bootlegging), the extent to which both commercial and domestic piracy damages the industry and examines current copyright and performing rights legislation and cases. Considers the extent and demand for pornographic videos, self-censorship and other self-regulation by the industry. Examines the opportunities and restrictions on use of instructional videos and some problems facing librarians wishing to provide a service.

PEPPER, Larry. New Developments in Consumer Video. *Public Libraries*, vol. 22, no. 1, Spring 1983, p. 36-38.

PINION, Catherine F. The Advance of Video: effort and dedication are demanded. *Library Association Record*, vol. 85, no. 1, January 1983, p. 17-18.

The Library Services Committee of the Library Association commissioned the Audiovisual Group to undertake a survey of public libraries and provide information on which authorities were already lending video, how such services were organised, and any other details which would interest librarians about to set up similar services. The survey took place during June and July 82. Results are enumerated and analysed.

PINION, Catherine F. Video Home Lending Services in Public Libraries. *Audiovisual Librarian*, vol. 9, no. 1, Winter 1983, p. 18-23.

Preliminary results of a survey conducted in June/July 82 by the Audiovisual Group for the Library Services Committee of the Library Association of 160 public library authorities in the UK of which 25 were offering a video lending service to the public. Outlines: reasons for and against offering such a service; methods of finance and stock acquisition; stock format and range; siting and storage; cataloguing and classification; membership age limits; and issue policies and charges. Concludes that video services are still in their developmental phase operating in a commercial market. Further developments will be monitored.

SONNEMANN, Sabine S. The Videodisc as a Library Tool. *Special Libraries*, vol. 74, no. 1, January 1983, p. 7-13.

UNWIN, Martin. The Problems of Video in Public Libraries. *Audiovisual Librarian*, vol. 9, no. 1, Winter 1983, p. 24-27.

Community information rather than revenue earning will prove to be a more appropriate application of videos for public libraries in the future. Unlike other revenue earning activities, video is too blatantly commercial and public libraries are not equipped to compete in such a market. Video discs have yet to prove themselves.

Public libraries should be considering instructional videos, excerpts from broadcast television available through a licensing system and locally produced material. Public media resource centres such as that set up by Hackney could lend hardware to local organisations. Video has its limitations and should comprise 1 part of serving the informational needs of the community.

WHITWELL, Lesley. New Developments in Video. *Cape Librarian*, April 1983, p. 16-18.

Briefly describes the development and use of videotext, video tape, and video discs, and discusses the lending of video cassettes in US public libraries.

DONALDSON, Marion F. First Public Library Satellite Receiver System. *Information Technology and Libraries*, vol. 1, no. 4, December 1982, p. 327-331.

Description of video services at Lake County Public Library, Indiana, highlights the installation of a satellite receiver system and notes funding and justification, components of a satellite system, decisions and sources of assistance, programming available, and future considerations.

EMMENS, Carol A. The Circulation of Video Games. *School Library Journal*, vol. 29, no. 3, p. 45, Nov. 1982.

Outlines circulation procedures for video games at four public libraries — Arlington Heights Public Library, Illinois; East Brunswick Public Library, New Jersey; South River Public Library, New Jersey; and Cloquet Public Library, Minnesota. Acquisition of materials, insurance fees, loan periods, and use of reserves are noted.

JEFFREY, Penny. Libraries and Television in Transition. *Catholic Library World*, vol. 53, no. 8, p. 328-331, Mar 1982.

Suggests ways in which school, public, and special libraries can cope with television related demands, from circulating books promoted or dramatized on television to videotaping local events, as well as cooperating with local stations to provide information services to listeners. The current situation of public and cable television is also discussed.

SELL, Daniel. Getting there: The Transition to Video in the Community College Media Library. *Community Junior College Libraries*, vol. 1, no. 1, Fall 1982, p. 31-37.

The problems involved in introducing video cassette technology into the Community College Library Resource Centre are illustrated by an examination of the experience of Houston Community College System Libraries (Texas).

VAN DEN BERG, Jocelyn. Electronic Document Storage. *Library Service of WA Newsletter*, vol. 137, May/June 1982, p. 15-16.

Briefly discusses the use of videodiscs in libraries both as an audiovisual medium for lending stock and as a storage medium for the reference collection and catalogue. Mentions European, US and Australian developments in the use of videodisc technology.

WESTON, Murray. The Storage and Handling of Videocassettes in Libraries. *Audiovisual Librarian*, vol. 8, no. 1, Winter 1982, p. 31-33.

Videocassettes should be shelved upright with the winding axes horizontal at temperatures between 18-27C away from direct sunlight and external magnetic fields. Relative humidity should be 40-60 and cassettes and playback machines should be stored at the same temperature. The cassettes should also be clearly labelled and kept free of dust while those available for public loan should be provided with labelled rigid transit containers. Logging cassette issue will provide information on the expected useful life and a damage spot-check should be carried out on return.

PALMER, Joseph W. *The Present Status and Likely Future of Public Library Film Service*. 1981, 44 p.

Available from: New York Library Association, 15 Park Row, Suite 434, New York, NY 10038 (\$5.00).

In order to collect information that would aid administrators of public library film collections with self-assessment and planning, a questionnaire was sent to administrators of 63 public library film collections, including each of the 23 collections in New York State. Replies were received from representatives of 38 collections; of these 18 were in New York State. Data were tallied and analyzed to determine current trends with respect to film collections in the following areas: collection and circulation growth, financial support, usage patterns (types of users and types of use), the development of cooperative and centralized collections, the impact of video technology, and the short- and long-term prospects for film libraries. Responses indicated that film is a much-used resource that serves a large and diverse audience. A majority of respondents also indicated that demand for and circulation of film collections is increasing. Heaviest users of film collections were found to be service organizations or agencies such as day care centers, hospitals, and adult clubs. Many responding libraries had suffered budget cutbacks which affected film services. In the opinion of most respondents, the long-term future of public library film collections depends on the development and standardization of video technology. Data are presented in seven tables.

SESSIONS, Judith A., COCKE, Lucy S. Finding Libraries in the Video Maze. *American Library*, vol. 12, no. 5, May 1981, p. 280-281.

A brief guide to US literature on video of value to librarians.

GENOVA, B.K.L. Video and Cable: Emerging Forms of Library Service. *Library Trends*, vol. 28, no. 2, Fall 1979, p. 297-309.

Contribution to an issue devoted to emerging patterns of community service. Discusses video and cable technologies to demonstrate how integration of new technologies into society can affect the delivery of library services. Traces the history of video and cable use in libraries and offers an overview of emerging services. Factors affecting these services include the efforts of public libraries to respond to community needs, the effects of fiscal restraints, and the problems of rapidly evolving technology.

PRZEKOP, Lawrence R. Copyright Do's and Don'ts. *Science Teacher*, vol. 46, no. 3, p. 27-39, Mar 1979. Examines the new Copyright Act of 1978, Public Law 94-533. Discusses what can and cannot be reproduced in print materials and in electronic media. Examples are included.

KAMINSKY, Alan S.; ISAACS, Sally. A Circulating Media Library on Videocassettes. *Educational and Industrial Television*, vol. 9, no. 3, p. 41-44, Mar 1977.

The Georgia Regional Medical Television Network maintains a circulating videotape library with programs for the continuing education of physicians, nurses, and hospital staff.

BARWICK, John H.; KRANZ, Stewart. *Profiles in Video: Who's Using Television and How*. 187 p.

(Available from: Knowledge Industry Publications, Inc., 2 Corporate Park Drive, White Plains, New York 10604 (\$29.50))

This book provides an overview of the use of private video communications between and among organizations. The text is divided into four sections: (1) business and industry; (2) government; (3) health care; and (4) educational, religious, and cultural organizations. Each section is introduced with an historical summary of the use of video technology in that sector, and it includes a number of case studies describing the use of video equipment in a variety of institutional settings.

ESTEVEZ, Roberto, Ed. CVRP Patch Panel; The Newsletter of the California Video Resource Project.

Volume Two, Number One. *CVRP Patch Panel*, vol. 2, no. 1, Jul/Aug 1976, p. 2-19, Aug 1976, 20 p.

(Available from: CVRP Patch Panel, San Francisco Public Library, Civic Center, San Francisco, California 94102 (Sold only as set of one volume, July 76-June 77, \$10.00))

This issue of a bimonthly newsletter on video technology includes: (1) an article on video technology in libraries; (2) a survey on video technology use in the San Francisco Bay area; (3) updates on audiovisual projects; (4) a calendar of events; (5) a review of a high school science videotape instruction experiment; (6) information on audio and visual equipment use; (7) a guide to video magazines; and (8) reviews of recently released videotapes.

LACOMB, Denis J. Video Technology: Its Future in Libraries. *Library Journal*, vol. 101, no. 17, p. 2003-9, Oct 1 1976.

Discusses the trend of increased library involvement with video technology and describes several outstanding library programs that use video.

A Video Handbook for Libraries: A Look at What Milwaukee Has Done. INPUT Community Video Center, Milwaukee, Wis. 1975, 26 p.

Available from: INPUT Community Video Center, 3104 W. Kibourn Avenue, Milwaukee, Wisconsin 53208 (\$2.00).

This handbook provides an overview of the videotape program in the Milwaukee County Federated Library System, and outlines the planning and implementation process. It is intended for use by other institutions to learn shortcuts and avoid problems in developing similar programs. History of the program includes a summary of a feasibility study surveying community organizations and media resources, outline of goals and objectives and suggested library uses for videotape resources in reference, entertainment, enrichment — continuing education, and use with groups in planned programming. The collection is described in terms of programming. Collections of videotapes at universities, public television stations, and Public Television Library, the State Educational Television Network, local commercial Television stations, commercial distributors, community groups, and other organizations are listed. Descriptions of copyright restrictions and cataloging are also provided. The importance of training in equipment use is stressed and methods are outlined. A final section on purchasing videotape equipment considers planning, selection criteria, how to bid, budgeting, and general specifications for equipment. A bibliography and sample

instruction sheet for equipment use are included. (KP)

CATTERSON, Don. Multiply and Conquer to Increase Program Use. *Educational and Industrial Television*, vol. 7, no. 9, p. 42-46, Sep 1975.

How making one film library into 17 cassette libraries increased instructional television usage.

JOHNSON, SCOTTIE McINTYRE; AND OTHERS. Planning Audiovisual Services in Public Libraries. *Texas State Library*, Austin, Dept. of Library Development, 1975. 271 p.

This manual, designed to serve as a basis for a workshop series, provides assistance in the evaluation, selection, and utilization of audiovisual materials and equipment. Four states in planning a media program are outlined, followed by sections detailing information concerning films, video, audio, and projected stills. The annotated bibliography provides access to further information on media formats, administration, and programming.

"Have You Watched a Book Today?" An Experimental Project of the Public Television Library. Final Report. *Public Television Library*, Washington, D.C., 1975, 20 p.

In an attempt to expand the use of public television programs, the Public Television Library, a department of the Public Broadcasting Service, began a program whereby 3/4-inch videocassettes were placed in a public library. The 3/4-inch videocassette resembled a book; the library was a traditional repository for reference material; thus the title "Have You Watched a Book Today?" or WATCHABOOK. The experiment was to be center in the Monroe (Indiana) County Public Library where 141 videocassettes were selected, but interest grew so rapidly that within two months the experiment had expanded to three additional libraries. Some of the conclusions of the experiment were that the technical reliability and versatility of the videocassette medium is a natural for use in a one-to-one environment in a service oriented organization; the videocassette concept is valuable in introducing library patrons to new library audiovisual services and is particularly helpful in capturing the attention of young patrons; single programs, those in color and of half-hour length with strong local identification, are the most valuable; the videocassette concept is helpful in attracting new minority patrons to a library; and the experiment was a rewarding success for all involved. A list of programs and a user questionnaire are appended.

UTLAS

CONNAISSEZ-VOUS UTLAS?

Nous vous connaissons déjà car voilà plus d'une décennie qu'**UTLAS** dispense au Québec des services automatisés, en français et en anglais, à des bibliothèques publiques, académiques, et spécialisées.

Permettez-nous donc de nous présenter ...

"À TITRE D'INFORMATISATION"

Services offerts:

- Système de soutien de catalogage CATSS
- Contrôle des autorités (noms et matières)
- Conversion rétrospective (RECON) des fichiers manuels
- Contrôle des acquisitions
- REFCATSS et module de prêt entre bibliothèques
- Boîte aux lettres électronique
- Contrôle des publications en série
- Possibilités d'interface avec d'autres systèmes

Produits:

- Microcatalogues et catalogues imprimés sur feuilles
- Fiches de catalogue
- Listes de nouveautés
- Épreuves de catalogage
- Index permutés du type KWIC
- Étiquettes, bons de commande, et rapports de gestion générés en bibliothèque
- Bandes magnétiques
- Catalogues en direct

Maintenant que vous nous connaissez un peu mieux, communiquez donc avec notre Service du marketing. Nous sommes situés au 80, rue Bloor Ouest, Toronto (Ontario) M5S 2V1; ou téléphonez-nous au 416/923-0890.

UTLAS ... AU SERVICE DES BIBLIOTHÈQUES DU MONDE ENTIER

L'expérience de la vidéo à la bibliothèque de la Ville de Montréal

par Lise Dépatie-Bourassa*

L'auteur décrit l'expérience vidéo des bibliothèques de la Ville de Montréal. Elle débute en détaillant la collection, statistiques à l'appui. Elle traite ensuite de l'accessibilité à la collection, de l'équipement et du mobilier de même que de l'entretien de ce dernier. Elle termine en fournissant des statistiques de prêts et des détails sur la répartition du budget.

The author describes the Montreal municipal libraries experiences with video by providing statistics and the detailed description of the collection. Access to the collection, equipment and furniture, as well as their maintenance, are discussed. The author concludes by giving details on the budget and circulation statistics.

Avec l'avènement des nouvelles technologies et la diffusion de l'information sur des supports autres que imprimé la Bibliothèque de la Ville de Montréal a mis sur pied une section des Services audio-visuels ayant pour mandat d'acquérir des documents audio-visuels et de les diffuser dans l'ensemble du réseau.

L'extension des services offerts en bibliothèque a été possible grâce au programme de rénovation et de construction des bibliothèques et maisons de la culture de la Ville de Montréal. La constitution de collections de vidéocassettes remonte à 1981. En raison du prix élevé des enregistrements vidéo, le service se limite, pour l'instant, à la consultation sur place.

Ce nouveau programme a été offert pour la première fois avec l'inauguration de la maison de la culture Maison-neuve, en octobre 1981. Depuis, toutes les bibliothèques du réseau ont été dotées de collections vidéo ainsi que des appareils nécessaires à leur visionnement sur place.

La collection

La constitution d'une collection de vidéocassettes est fortement condition-

née par la production et le prix des documents.

Pour tenir compte des restrictions du marché et de la politique de développement des collections de la Bibliothèque de la Ville de Montréal, il a fallu élaborer une politique de sélection qui privilégie les courts métrages d'information et de divertissement. Le choix demeure vaste et tient compte de nos diverses clientèles.

À l'exception des émissions éducatives de Radio-Québec et de quelques documents produits par la Société Radio-Canada, la grande majorité des titres de la collection sont tirés de courts métrages 16mm et 35 mm qui ont été transférés sur vidéocassettes. Les documents de moins de trente minutes représentent 75 pour cent de la collection, les moyens métrages d'une durée de 30 à 60 minutes 18 pour cent et les longs métrages pour enfants 7 pour cent. Dans plusieurs cas nous avons regroupé sur une même cassette des séries d'émissions pour enfants dont la durée des épisodes varie de cinq à six minutes.

Le fonds de vidéocassettes des bibliothèques de la Ville de Montréal comprend 2022 titres totalisant près de 4500 copies. En moyenne, nous possédons deux copies de chaque titre.

Chacune des bibliothèques du réseau reçoit de 160 à 235 copies selon

leur importance. On renouvelle régulièrement ces différentes collections pour offrir aux usagers une plus grande variété de vidéocassettes. Quant à la Cinémathèque, qui fait office de Centrale, elle possède une collection d'environ 1000 titres.

Les tableaux suivants donnent un aperçu de la variété de la collection et des clientèles visées. Les données sont présentées en tenant compte du système Dewey.

Accès à la collection

Pour faciliter l'accès aux documents et faire connaître l'ensemble des titres offerts dans le réseau, les usagers disposent d'un catalogue général et de deux listes d'imprimante dans chacune des bibliothèques.

- le catalogue général a été préparé par le personnel des Services audio-visuels en collaboration avec la Centrale des Bibliothèques. Chacun des documents comprend une description bibliographique complète.

La section principale du répertoire regroupe des notices présentées par sujets selon la classification décimale Dewey. Puis, pour chaque sujet les documents sont classés dans l'ordre alphabétique des titres.

L'indexation, qui rend possible le repérage par sujet, est établie à par-

* Lise Dépatie-Bourassa est Coordonnatrice des services audio-visuels, Bibliothèque de la Ville de Montréal.

RÉPARTITION DES TITRES SELON LES CATÉGORIES DE DOCUMENTS

Sujets	Nombre de titres	Nombre de titres en %
Arts	174	8,6
Coutumes et folklores	67	3,3
Fiction	554	27,4
Généralités	37	1,8
Géographie et histoire générale	213	10,5
Langage	8	0,4
Littérature	60	2,9
Loisirs et spectacles	26	1,3
Médecine et sciences de la santé	134	6,6
Musique	120	5,9
Philosophie et psychologie	67	3,3
Religion	55	2,7
Sciences appliquées (techniques)	141	6,9
Sciences pures	85	4,2
Sciences sociales	177	8,7
Sports	58	3,0
Zoologie	46	2,5
TOTAL	2022	100%

RÉPARTITION DES TITRES SELON LES GROUPES D'ÂGE

Catégories	Nombre de titres	Nombre de titres en %
Enfants et jeunes (jusqu'à 15 ans)	652	32,2%
Adultes	854	42,3%
Toute catégories	516	25,5%
TOTAL	2022	100%

tir des vedettes-matière de l'Université Laval auxquelles on a ajouté des descripteurs complémentaires : synonymes, termes permutés, sujets non recensés dans le répertoire de Laval. Pour les documents qui s'adressent aux jeunes les vedettes-matière ont été réadaptées.

Au bas des notices, on retrouve en général, deux indices : les catégories d'utilisateurs visées et les versions disponibles.

Six index facilitent la consultation du catalogue :

- l'index des noms
- l'index des titres
- l'index des séries
- l'index des sujets
- l'index des titres anglais
- l'index des titres bi-pistes
- la liste des titres auxquels l'utilisateur peut avoir accès à la bibliothèque de son quartier.

- la liste des titres pour l'ensemble du réseau qui permet à l'utilisateur de savoir dans quelles succursales il peut retrouver un document.

D'autre part, toute personne peut communiquer par téléphone à l'une ou l'autre des bibliothèques de la Ville de Montréal pour connaître la localisation d'un titre.

L'équipement et le mobilier

Nous avons installé dans l'ensemble du réseau le standard 3/4 de pouce qui a été choisi en fonction des critères suivants :

- la résistance des appareils
- l'excellente qualité de l'image
- la résistance de la bande vidéo à supporter un grand nombre de passages
- le nombre de pistes sonores permettant l'écoute du document en français ou en anglais sur la même cassette.

Parmi les autres facteurs qui ont été pris en considération au moment de la planification, il faut noter les éléments suivants :

- l'installation d'une régie regroupant les magnétoscopes à l'intérieur du comptoir de prêt
- l'abonnement au câble qui permet la réception d'un plus grand nombre d'émission
- l'écoute individuelle avec casques d'écoute et accès à la télécommande et au contrôle du volume pour les adultes. (2 personnes maximum par téléviseur)
- l'installation d'une platine d'accès double qui permet l'écoute des enregistrements sonores à partir des postes vidéo de la section des adultes
- l'écoute collective chez les enfants.

Voici l'équipement type choisi pour les bibliothèques et maisons de la culture en rénovation ou en construction :

Section des adultes

- 1 bâti vidéo
- 4 magnétoscopes 3/4 de pouce
- 4 récepteurs de télévision de 12"
- 1 sortie audio/vidéo/intercommunication
- 1 table de visionnement vidéo
- 4 télécommandes

Un espace a été prévu au niveau du bâti vidéo pour ajouter 4 postes supplémentaires.

Les récepteurs sont disposés sur une table spécialement conçue à cet effet. Il s'agit d'une table modulaire de 84" de diamètre équipée de quatre isolements. Des commandes à distance sont encastrées dans la table et permettent d'actionner les différentes fonctions du magnétoscope telles que le retour en arrière, l'arrêt sur l'image, l'avance rapide. Tous les appareils sont alimentés à partir du comptoir de prêt.

Section des enfants

- 1 bâti vidéo
- 1 magnétoscope 3/4 de pouce
- 1 récepteur de télévision de 19"

Un espace a été prévu pour ajouter un poste supplémentaire.

Le téléviseur est placé dans l'aire réservée à l'animation, il est ancré au plafond ou au mur hors de portée des enfants. Pour éviter des accidents techniques, les boutons de réglage de l'appareil ont été bloqués à l'aide d'un panneau. Le personnel de la bibliothèque doit se déplacer

pour contrôler le niveau de volume. Suite à des problèmes d'espace, le magnétope a été placé sous le récepteur dans quelques endroits.

Salle polyvalente

- 1 téléprojecteur
- 1 écran géant
- 1 unité mobile équipée d'un magnétope 3/4 de pouce et d'un récepteur de télévision de 19".

Le téléprojecteur permet la projection à distance de l'image vidéo, il est prévu pour des groupes.

Équipement type pour les bibliothèques existantes

Dans le cas des bibliothèques déjà existantes le manque d'espace ne permet pas l'installation d'équipement fixe. Cependant, chacune des succursales du réseau, aussi bien chez les adultes que chez les enfants, utilise l'unité mobile vidéo qui a l'avantage d'être déplacée en fonction des besoins. Pour plus de protection, les récepteurs sont fixés sur la tablette supérieure du chariot et dans la mesure du possible, cette unité est gardée hors de portée des usagers.

Rangement des vidéocassettes

Les enregistrements vidéo, dont le format ressemble à celui des livres, sont rangés sur des rayonnages réguliers dans un endroit non accessible au public. En général, on les retrouve derrière le comptoir de prêt à proximité des magnétoscopes. Cette centralisation représente une économie de temps au niveau de la manipulation du matériel vidéo et une protection contre le vol et le vandalisme.

L'entretien

L'entretien et la réparation de l'équipement audio-visuel relève de la Division électronique du Service des travaux publics, qui a également la responsabilité d'initier le personnel des bibliothèques au maniement des appareils audio-visuels. Les techniciens font la tournée des bibliothèques une fois par mois pour effectuer la vérification des appareils. Les interventions préventives portent plus particulièrement sur le nettoyage des têtes magnétiques, des tambours et des guides.

Toute défectuosité de l'équipement audio-visuel, y compris les casques d'écoute, est rapportée à la Division électronique par le personnel des bibliothèques. Sauf en cas d'urgence, la réparation des appareils audio-visuels se fait aux heures régulières de travail de la Division électronique.

La Division électronique avise la section des Services audio-visuels de la bibliothèque lorsqu'il y a des appareils à remplacer et fournit les données statistiques sur le nombre d'appels et la nature des réparations effectuées dans le réseau des bibliothèques et maisons de la culture.

Données statistiques

Voici les données statistiques recueillies, de janvier à décembre 1984, dans six bibliothèques et maisons de la culture : Acadie (de l'), Côte-des-Neiges, Le Prevost, Maisonneuve, Marie Uguay et Mile-End.

Le nombre de visionnements sur place s'est élevé pour l'année 1984 à 23 867. Dans 65 pour cent des cas, ces documents ont été visionnés par des jeunes.

FRÉQUENCE MENSUELLE DES PRÊTS INTERNES 1984

Mois	Adultes	Jeunes	Total
janvier	919	1107	2026
février	895	1456	2351
mars	864	1345	2209
avril	722	1106	1828
mai	678	1325	2003
juin	490	1669	2159
juillet	453	1049	1502
août	603	1206	1809
septembre	607	1238	1845
octobre	878	1337	2215
novembre	740	1358	2098
décembre	551	1271	1822
Total	8400	15467	23867

Bibliothécaire responsable des acquisitions



Centre Canadien d'Architecture/
Canadian Centre for Architecture
Montreal, Québec, Canada

Le Centre Canadien d'Architecture/Canadian Centre for Architecture est une institution qui vise à encourager l'étude de l'art de l'architecture et de l'environnement bâti, et à favoriser la diffusion des connaissances dans ce domaine. Le Centre, dont la collection de livres s'accroît au rythme de quelque 10 000 titres par année, est à la recherche d'un(e) Bibliothécaire responsable du service des acquisitions. Le titulaire aura sous sa direction un personnel régulier de cinq membres, et il sera responsable de la gestion de tous les systèmes d'acquisition, y compris l'acquisition des périodiques. La Bibliothèque procède actuellement à l'informatisation de son système d'acquisition, suivant le système RLIN, ainsi qu'à la transposition de son fichier des périodiques sur fiches Kardex.

Exigences: Maîtrise en bibliothéconomie, maîtrise en histoire de l'art ou de l'architecture; Expérience minimum de 3 ans, incluant des responsabilités de direction, dans le service des acquisitions d'une bibliothèque des arts ou de l'architecture. Expérience des systèmes informatiques d'acquisition (de préférence le RLIN). Familiarité avec le marché du livre, local et international. Le candidat anglophone ou francophone doit maîtriser sa langue seconde et connaître au moins une troisième langue (allemand, italien, espagnol).

Veillez faire parvenir votre curriculum vitae, accompagné des noms et adresses de trois répondants, avant le 29 mars 1985 au:

Centre Canadien d'Architecture/
Canadian Centre for Architecture
Directeur de l'administration
1440, rue Sainte-Catherine ouest, 2e étage
Montreal, Québec H3G 1R8

Budget d'acquisition

La Bibliothèque de la Ville de Montréal suit de près les normes de l'American Library Association publiées dans *Guidelines for Audiovisual Materials and Services for Large Public Libraries* qui recommande pour l'acquisition des documents audio-visuels un pourcentage variant de 10 à 15 pour cent des dépenses totales de documents de la bibliothèque.

Dans le tableau ci-dessus, nous illustrons le budget de la Bibliothèque de la Ville de Montréal et les pourcen-

tages consacrés à l'achat de documents audio-visuels.

Pour les années 1981 et 1982, nous avons bénéficié au niveau des collections vidéo d'un budget d'implantation de l'ordre de 200 000 \$ par année. Pour l'exercice financier 1984, le budget d'acquisition de vidéo a été fixé à 84 000 \$. En 1985, nous avons inscrit au budget des crédits de 84 000 \$ pour l'enrichissement des collections et 79 200 \$ pour l'achat des collections de base des nouvelles maisons de la culture Frontenac et Mercier.

Conclusion

Le Service de vidéo de la Bibliothèque de la Ville de Montréal est appelé à évoluer en fonction du marché.

À compter de 1985, un certain nombre de bibliothèques seront équipées de magnétoscopes 1/2 pouce.

Nous étudions la possibilité de mettre sur pied des collections pour le prêt composées principalement de documents d'intérêt général, de films de répertoire et de grands classiques du cinéma.

BUDGET DE LA BIBLIOTHÈQUE DE LA VILLE DE MONTRÉAL

	Livres sonores	Enrg. sonores	Films	Vidéo	TOTAL	Dépenses totales de documents	Dépenses totales	% Doc. av. vs doc.	% Doc. av. vs dépenses totales
1981		35 00	62 755	200 000	297 755	2 580 864	11 992 230	11,54	2,48
1982		245 757	78 400	200 000	524 157	2 665 654	14 408 307	19,66	3,64
1983		96 000	98 000	20 000	214 000	1 701 562	14 779 486	12,59	1,45
1984		59 000	106 000	84 000	249 000	2 307 400	18 293 100	10,79	1,36
1985	5 000	87 100	106 000	163 200	361 300	3 807 900	18 156 440	9,49	1,99

FM DROIT DE LA FAMILLE QUÉBÉCOIS

- Tous les derniers développements en matière de prestation compensatoire
- Analyse détaillée sur le divorce et la séparation de corps
- Nouvelle loi sur «Les jeunes contrevenants»

- Législation et réglementation fédérales et provinciales du domaine du droit de la famille au Québec.

- Commentaires appuyés de jurisprudence sur le mariage, la séparation, le divorce, l'enfant, les aliments et les biens.

Plus de 1500 pages

Prix de l'abonnement:
215\$ pour un an (prix de lancement)
275\$ pour un an (au 1er janvier 1986)

- Commentaires formulés en vertu de chacune des parties du Code du travail, appuyés de jurisprudence

- Relations de travail au Québec

- Application des normes du travail

- Un total de 29 lois et règlements, dont le Code du travail, la Loi sur les normes du travail et la Loi sur les relations du travail dans l'industrie de la construction, suivie du Décret de la construction.

- Sans oublier la Loi sur le Régime de rentes du Québec et la Charte des droits et libertés de la personne.

Plus de 900 pages

Prix de l'abonnement:
230\$ pour un an

LES ÉDITIONS FM À FEUILLES MOBILES ENR.

33, RUE RACINE
FARNHAM (QUÉBEC)
J2N 3A3

FARNHAM: 514-293-5377
MONTRÉAL: 514-866-7148
AUTRES: 1-800-363-8304

La «vidéo» dans les bibliothèques publiques

L'exemple de la bibliothèque de Québec

par Jean Payeur*

L'auteur début en faisant un bref historique du service vidéo à la bibliothèque de la ville de Québec. Il décrit ensuite l'orientation du service et explique les raisons politiques mises de l'avant : choix du «1/2», achat de matériel tri-standard, visionnement sur place. L'auteur décrit ensuite l'organisation matérielle de la vidéothèque et termine en donnant quelques statistiques de fréquentation.

The author gives a brief outline of video services at the Quebec municipal libraries, describes the orientation service and explains the motives for: choice of the "1/2" format, purchase of standard price material, and in house viewing. A description of the planning of the videotape library and several attendance statistics concluded this article.

Bref historique

Le 6 mai 1983 la Bibliothèque de Québec inaugurait à la Place Jacques-Cartier la bibliothèque centrale de son réseau. La création de cette nouvelle entité donnait l'occasion à la Bibliothèque de diversifier ses opérations et d'élargir le «spectre» de son fonds documentaire. En 1980 le disque avait déjà fait son apparition dans le réseau, à la suite de l'ouverture de la Phonothèque à Place Royale. La popularité immédiate que connut ce nouveau service ne fut pas sans stimuler la Bibliothèque dans sa volonté de diversifier ses services. C'est d'ailleurs à cette époque que devait naître le premier projet d'intégration de la vidéocassette aux collections.

Il faut se rappeler qu'il y a à peine quatre ans un tel projet pouvait paraître téméraire devant la quasi absence d'expérience pratique. À l'époque, il n'y avait que deux vidéoclubs privés à Québec. Le faible taux de pénétration du magnétoscope domestique sur le marché québécois limitait considérablement les horizons

de la vidéo. La percée récente de la câblodistribution laissait dire à certains que, contrairement à la France, le Québec ne connaîtrait pas la «révolution du vidéoclub». Mais cette prédiction ne tenait pas compte de deux facteurs :

- 1° le besoin des gens de se déprogrammer, de ne plus être esclaves des grilles horaires des chaînes de télévision;
- 2° l'insatisfaction grandissante face aux contenus véhiculés par les chaînes de télévision, si nombreuses soient-elles.

À la même époque en Europe, déferlait une véritable «fièvre» magnétoscopique, les ventes d'appareils atteignirent des plafonds inégalés et les vidéoclubs devinrent légion. Parallèlement, quelques bibliothèques publiques commencèrent à intégrer la vidéo aux collections. À ce niveau deux expériences retinrent notre attention, celle de la Bibliothèque publique d'information (BPI) à Paris et celle de la Médiathèque de Belgique. La Médiathèque de Belgique avait d'ailleurs plusieurs longueurs d'avance à l'époque, car en plus d'une riche collection et de

ses «vidéothéâtres», cet organisme culturel produisait lui-même certains documents par l'intermédiaire d'une cellule de production appelée «vidéobus». Ces exemples stimulant devaient servir de catalyseur au projet de la Bibliothèque de Québec. Des observations faites sur place en 1981 permirent d'ailleurs de tirer des leçons et d'améliorer certains concepts.

Orientation du service

À la lumière des observations réalisées en Europe, il apparut primordial de très bien définir l'orientation du service dès le départ. Contrairement au livre, la vidéocassette dépend d'une «interface» technologique qui en conditionne fortement l'utilisation. Malheureusement, en matière de vidéo on ne peut dissocier le besoin à combler de l'aspect «quincaillerie».

Il faut d'abord prendre conscience que le secteur de la vidéo constitue à plusieurs égards une véritable tour de Babel. Au-delà des prouesses technologiques qui différencient certaines marques d'appareils et de vidéocassettes il y a des problèmes beaucoup plus fondamentaux. En effet, si les différences entre les systèmes se limitaient au son

* Jean Payeur est adjoint au directeur, Bibliothèque de Québec.

haute-fidélité ou à la durée d'enregistrement, le choix de l'équipement ne serait qu'une simple «gymnastique» de consommation qui n'aurait rien à voir avec l'orientation du service. Mais voilà, choisir un système c'est aussi définir la nature du service qui sera offert. Dans l'univers de la vidéo existent deux barrières technologiques infranchissables qui constituent des limites d'accès aux documents :

1° LES FORMATS

À toutes fins utiles on reconnaît principalement trois grands formats de vidéocassettes : le 3/4" u-matic, le 1/2" Beta et le 1/2" VHS (en Europe on retrouve aussi le format V2000). Le premier offre une qualité professionnelle ou «broadcast», les deux autres s'adressent principalement au marché domestique. Ils sont bien sûr incompatibles entre eux. Pour des raisons faciles à comprendre, le choix de documents en format 1/2" est nettement supérieur à celui du 3/4". En plus, les progrès technologiques réalisés par le 1/2" tendent à réduire l'écart avec le 3/4" au plan de la qualité d'image et cela à un coût nettement plus raisonnable. Reste à choisir entre Beta et VHS; à ce niveau les différences sont plutôt subtiles. Toutefois, le format VHS domine très largement les marchés internationaux (80%) grâce à une plus large représentation chez les fabricants et à des réseaux de distribution supérieurs. Cette domination aura-t-elle un effet durable? À moyen terme sans aucun doute, mais on parle déjà d'un quatrième format, le 8mm dont la cassette est deux fois plus petite que la cassette VHS; 122 constructeurs se sont déjà lancés dans cette nouvelle aventure. Chose certaine, le format VHS a encore de belles années devant lui!

2° LES SYSTÈMES DE TÉLÉVISION

À travers le monde on dénombre au-delà d'une quarantaine de systèmes de télévision, c'est-à-dire plus de quarante façons différentes de transmettre l'image et le son d'un émetteur à un téléviseur. Chaque pays a défini le type de modulation des ondes porteuses qui transmettent l'image, la couleur et le son du téléviseur. En terme très technique on définit les ondes porteuses par une «norme»; au total il y a 14 variétés de normes et on leur attri-

bue une lettre entre A et N. Comme si la situation n'était pas suffisamment complexe, on retrouve en plus de la norme un «standard» qui cette fois désigne le système utilisé pour colorer les images; trois grands standards ont été définis par les différentes télévisions nationales : le NTSC (principalement pour l'Amérique du Nord et le Japon), le PAL (pour une bonne partie de l'Europe), et le SECAM (principalement pour la France et l'URSS). En terme clair, si vous ramenez une vidéocassette VHS de la France, et que vous l'introduisez dans votre magnétoscope VHS américain, vous ne verrez à l'écran qu'une vague distorsion, car la France opère en norme L standard SECAM et le Québec (comme toute l'Amérique du Nord) en norme M standard NTSC. Comme vous l'avez constaté, la norme et le standard se combinent ensemble pour former un système; ainsi deux pays peuvent avoir la même norme, mais un standard différent ou vice et versa.

Cette rare complexité interdit à toutes fins utiles l'échange direct des produits vidéo entre pays. Pour le Québec qui entretient des relations privilégiées avec la France au plan culturel, le standard NTSC est vraiment un obstacle indésirable.

Face à ces barrières technologiques, la Bibliothèque de Québec a dû prendre une orientation basée sur un ensemble de considérations réalistes. Afin d'avoir accès au plus grand nombre de documents possibles en langue française, deux choix devenaient évidents :

1° **LE FORMAT VHS** : en Europe comme en Amérique, il domine le marché, comme nous l'avons vu précédemment;

2° **L'ACCÈS A UN MINIMUM DE TROIS SYSTÈMES DE TÉLÉVISION** : en Europe où plusieurs systèmes cohabitent, certains fabricants développèrent des magnétoscopes et des téléviseurs à double et triple standards (trois appareils en un!), ce qui permet le passage d'un système à un autre de façon complètement automatique; l'appareil peut identifier en une fraction de seconde le type de standard et sélectionner lui-même le circuit approprié. Malheureusement pour la Bibliothèque, ces systèmes n'étaient pas disponibles en Amérique et ce n'est

qu'après de longues négociations avec une compagnie allemande que les appareils purent être importés par l'intermédiaire d'un détaillant de Québec. Cet équipement permet l'accès à la plupart des systèmes de télévisions européens (France, Belgique, Luxembourg, Suisse, Italie, Espagne, R.F.A. et Grande-Bretagne); non seulement ouvre-t-il la porte à la francophonie, mais il permet éventuellement l'ouverture d'un service multi-culturel!

Cette orientation technologique ne permettait pas à la Bibliothèque de compétitionner avec les vidéoclubs et d'offrir un service de prêt de vidéocassettes. Nonobstant le problème des standards, le prêt de vidéocassettes n'était pas sans soulever un certain nombre de problèmes :

1° pour satisfaire les usagers qui possèdent l'un ou l'autre des deux formats domestiques, la Bibliothèque aurait dû, à l'image de la plupart des vidéoclubs, dédoubler sa collection, ce qui aurait forcément remis en cause la gratuité du service;

2° plusieurs distributeurs et courtiers de documents vidéo ont une attitude plutôt contraignante à l'égard des bibliothèques publiques; les contrats de vente sont souvent assortis de multiples conditions d'utilisation dont l'interdiction formelle de prêter les documents;

3° bien que résistants au plan «mécanique», les rubans magnétoscopiques perdent graduellement leurs signaux à l'utilisation (plafond de plus ou moins 100 passages par vidéocassettes), cette dégradation s'accroît dramatiquement si les têtes de lecture du magnétoscope sont mal entretenues. Comme la plupart des contrats de vente stipulent que les droits d'un document sont «attachés» à la durée de vie du support, il est facile de conclure que l'opération d'un service de prêt peut devenir très dispendieux. Encore là le principe de la gratuité est difficile à maintenir.

À partir de ces constatations très pratiques, l'orientation à donner au service devenait limpide. Deux grands principes directeurs pouvaient déjà se dégager :

1° la Bibliothèque devrait privilégier la création d'un centre de consultation polyvalent bien intégré à l'ensemble des autres fonctions de la Bibliothèque;



2° le développement des collections devaient se faire en privilégiant une approche complémentaire à celle des vidéoclubs, c'est-à-dire offrir plus de documents en langue française et donner accès à une plus grande variété de genres autant dans la fiction que le documentaire.

Organisation matérielle

Avant même de confier aux architectes et aux ingénieurs l'organisation matérielle du service, la Bibliothèque précisa ses priorités dans un programme de besoins détaillé. Cette étape fut capitale, car elle permit de délimiter clairement l'étendu et la nature du service que la Bibliothèque voulait offrir. Les experts en quincaillerie n'ont pas à aider le gestionnaire à préciser son besoin; leur rôle doit se limiter à concrétiser le besoin au meilleur coût possible. En ce sens, la Bibliothèque a préféré travailler avec des ingénieurs indépendants plutôt que directement avec une maison spécialisée à la fois en consultation et installation d'équipements audio-visuels.

Sans entrer dans le détail du programme de besoins, nous pouvons cependant préciser que le concept d'aménagement du secteur de la vidéo reposait sur quatre règles :

- 1° intégrer les aires de consultation à l'ensemble des autres secteurs de la Bibliothèque, ne pas marginaliser le secteur par des cloisons ou autres divisions, amener ainsi l'utilisateur à considérer la vidéo comme une autre des ressources à exploiter;
- 2° éviter dans la mesure du possible de placer dans les aires de consultation

des appareils de lecture dont la manipulation exigerait un certain apprentissage pour les usagers. Établir plutôt un centre de services, adjacent aux aires de consultation, où seront concentrés la plupart des appareils de lecture. Donner à l'utilisateur une autonomie de consultation en lui confiant différentes commandes à distance;

- 3° aménager les aires de façon confortable pour l'utilisateur qui devra parfois passer plus de deux heures devant un moniteur et sous un casque d'écoute. L'aménagement devra aussi permettre à l'utilisateur de se soustraire aux bruits ambiants et au va-et-vient des usagers et du personnel;

- 4° multiplier les accès à la collection, offrir en plus des catalogues réguliers des moyens de repérage plus «visuels» en se servant des pochettes de vidéocassettes.

L'aménagement du secteur audio-visuel est essentiellement «modulaire». Deux îlots de visionnement regroupent chacun 24 places assises donnant accès à 6 moniteurs. Ces 48 «postes» de visionnement ont été installés dans une aire ouverte, une structure circulaire délimite les espaces sans les isoler. Chaque moniteur est jumelé à quatre postes d'écoute qui sont tous munis d'une prise audio (pour brancher un casque d'écoute), d'un potentiomètre et d'un bouton servant uniquement à faire démarrer le magnéto-scope situé dans un centre de service. Entre les deux îlots, deux autres moniteurs permettent à un maximum de 8 usagers de disposer d'une surface de travail et

d'une commande à distance pour consulter méthodiquement un document. Finalement, un petit local de visionnement peut accueillir un groupe de 12 personnes. Au total le service dispose donc d'une capacité d'accueil de 68 personnes.

Aucun équipement magnétoscopique n'est directement accessible à la clientèle. Les magnétoscopes et le matériel d'amplification ont été regroupés dans une grande baie d'équipement derrière un comptoir où tous les services à la clientèle sont dispensés. Les vidéocassettes sont d'ailleurs conservées dans des armoires, dans un espace à accès limité, adjacent à la baie d'équipement. L'utilisateur doit sélectionner un document à partir du catalogue général ou des bacs à ciné-fiches. En échange de sa carte d'abonné, l'utilisateur recevra au comptoir de services un casque d'écoute et se verra assigner un poste de visionnement. Ce mode de fonctionnement a deux avantages indéniables :

- 1° il facilite l'utilisation du médium par la clientèle;
- 2° il permet d'accroître la durée de vie du matériel.

La fréquentation

Depuis son ouverture en mai 1983, la section vidéo du secteur audio-visuel a reçu un peu plus de 53 000 usagers qui visionnèrent 13,177 vidéocassettes. Le taux d'utilisation des équipements oscille entre 90% et 95%. Quotidiennement on présente une moyenne de 56 documents sur les 15 écrans de la section.

Inutile de préciser davantage; la réponse de la population à ce nouveau service fut pour le moins enthousiaste! À tel point qu'il fallut à plusieurs reprises ajuster les modalités d'utilisation face à la demande. Au départ, un service de réservation était offert. L'utilisateur qui désirait visionner un document devait obligatoirement placer une réservation. Efficace au début, ce système créa peu à peu beaucoup d'insatisfactions. Un même groupe d'utilisateurs pouvait facilement mobiliser le service en effectuant de nombreuses réservations. De plus, 45% des réservations n'étaient pas respectées, ce qui affectait sérieusement le taux d'occupation des postes d'écoute. Afin de permettre à un plus grand nombre d'utilisateurs d'avoir accès au service, la Bibliothèque a donc été amenée à retenir les trois mesures suivantes :

1° limiter chaque usager à deux visionnements par semaine. Chaque usa-

ger reçoit à sa première visite une ciné-carte qu'il devra faire poinçonner avant chaque visionnement;

2° mettre en place des horaires d'utilisation spécifiques pour la clientèle adolescente et adulte. Ainsi, les abonnés de moins de 18 ans n'ont pas accès aux aires de visionnement après 18h00 en semaine et le dimanche toute la journée sans être accompagnés d'un parent;

3° abandonner le système de réservation au profit de la règle du «premier arrivé, premier servi». Si des postes de visionnement sont libres l'utilisateur n'a qu'à se présenter au centre de service pour en obtenir un sur le champ. Si tous les postes sont occupés, le préposé remettra à l'utilisateur un numéro. Dès qu'un poste se libère, un tableau d'affichage appelle les utilisateurs dans l'ordre d'attente.

Ces trois mesures ont produit des résultats vraiment spectaculaires. L'abandon des réservations a d'ailleurs permis d'accroître de plus de 100% le nombre de documents visionnés à chaque mois.

Dans l'avenir, la Bibliothèque compte réaliser une animation plus soutenue à l'intérieur du service. Grâce à différents programmes d'animation, réalisés à partir des ressources du milieu, la Bibliothèque compte susciter l'intérêt de la clientèle pour certains genres cinématographiques qui trouvent plus difficilement preneur actuellement. Dans une proportion très marquée, les utilisateurs préfèrent le film de fiction au film documentaire et le film étranger au film québécois. Sans prétendre vouloir renverser complètement cette tendance, la Bibliothèque espère diversifier un peu plus les intérêts de la clientèle.

MELCHIOR

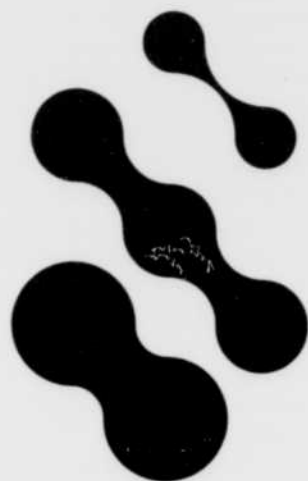
S'EN VIENT...

bibliofiches

Ateliers des Sourds
Montréal (1978) inc.

85, rue de Castelnau ouest
Montréal, QC
H2R 2W3

(514) 279 4571



Lithographie
Photocomposition
Reliure

Diffusion vidéo alternative : l'expérience française

par Charles Bordeleau*
avec la collaboration de Maxime Prud'homme**
et Guylaine St-Laurent***

L'auteur nous fait un compte rendu d'un stage parrainé par l'Office Franco-Québécois soutenu par la Corporation des bibliothécaires professionnels du Québec. Ce stage fut effectué à l'été 1984 sur la vidéo alternative en France. Il trace d'abord un portrait de la situation au Québec pour la vidéo commerciale et alternative et décrit ensuite l'expérience française. Il conclut en décrivant la bibliothèque publique comme un lieu privilégié pour la diffusion de la vidéo alternative.

This is a report of an internship sponsored by the "Office franco-québécois" and sustained by the Corporation of Professional Librarians of Quebec. This internship was done during the summer of 1984 on the topic of alternative forms of video in France. It describes the situation in Quebec for the commercial video and alternative forms of video, then proceeds to describe the french experience. In conclusion the public library is described as the ideal place for the dissemination of the alternative forms of video.

Nos objectifs

Notre premier objectif a été de voir comment pouvait se développer un réseau de distribution de vidéos alternatifs; émissions éducatives, culturelles ou artistiques, copies de films ou productions originales, qui en plus de décentraliser l'utilisation, pourrait permettre au consommateur de faire l'écoute à domicile. La vidéo dite grand public, de par ses caractéristiques (équipements 1/2" légers et de grande consommation, circuit de détaillants des clubs vidéo) répondait en partie à cet objectif.

Notre second objectif visait à rendre le service accessible à un plus grand nombre de Québécois et pas seulement aux propriétaires de magnétoscopes, souvent d'une classe sociale privilégiée. De là notre intérêt pour les entreprises françaises de type commerciales, à but non-lucratif, mais aussi, étatiques.

* Charles Bordeleau est étudiant finissant en journalisme au module de communications de l'UQAM.

** Maxime Prud'homme est bachelier en économie. Université de Montréal.

*** Guylaine St-Laurent est étudiante en science politique. UQAM.

Le mode de diffusion particulier de la vidéo nous permettait enfin de répondre avec une précision accrue aux intérêts particuliers de segments de marchés, peu concentrés dans le temps ou dans l'espace.

La situation au Québec

Au Québec, la distribution des films alternatifs sur vidéo auprès des consommateurs est à peu près inexistante. À notre connaissance l'Office National du film (ONF) serait la société qui a déployé le plus d'effort en autorisant la location d'une dizaine de ses films en club vidéo. L'opération n'a pas eu le succès escompté. Par contre, la plupart des petites et moyennes entreprises de distribution québécoise aimeraient bien toucher à ce nouveau marché. La spécificité des contenus, le comportement du consommateur, les politiques de prix difficilement compétitives à celles des distributeurs de films de fiction, etc., n'en favorisent pas la réalisation. D'ailleurs, seul un club vidéo sur 400 au Québec propose une collection essentiellement constituée de films dit alternatifs. Ce commerce, situé dans une librairie de la ville d'Outremont, possède environ 150 titres. Par conséquent, le marché commercial est

actuellement peu développé en fonction des besoins spécifiques aux Québécois. En effet, 75% des titres en club vidéo sont des œuvres cinématographiques d'origine américaine.

C'est au niveau des institutions et mouvements socio-communautaires tels les C.L.S.C., les clubs sportifs, les écoles, ... que la vidéo alternative connaît ses plus grands succès. Malgré une pénurie souvent dramatique de ressources financières ou matérielles, ces milieux parviennent à offrir un service répondant aux besoins d'un auditoire particulier. Malheureusement le service offert est souvent limité aux seuls membres, car l'incompatibilité des équipements de standard 1/4" U-Matic ne permet pas aux usagers d'en faire l'emprunt pour un usage domestique et décentralisé.

L'ONF, dans ses efforts pour rendre accessibles ses produits d'intérêts variés, offre maintenant un service de consultation gratuit et de location à des taux comparables à ceux du club vidéo. Toutefois, l'accès en est limité à la population résidant à proximité du centre de diffusion. L'objectif visé, soit la décentralisation, pourrait enfin trouver sa pleine mesure par la formule de «mise en dépôt» qu'a initié

l'ONF, au sein des bibliothèques publiques de St-Jean-sur-Richelieu, de Pointe-Claire et de la B.C.P. (bibliothèque mobile) d'Alma au lac St-Jean.

Les bibliothèques publiques de Montréal et de Québec offrent également un service vidéo. Tout comme les bibliothèques précédemment nommées, leur collection «alternative» se compose en grande partie de films divertissants que l'utilisateur peut consulter sur place et, plus rarement, emprunter. Les politiques d'acquisition visent souvent à compléter le service offert en club vidéo. Actuellement, l'incompatibilité des équipements entre les différentes bibliothèques ne permet pas l'implantation d'un réseau de diffusion à l'échelle du Québec.

L'alternative vidéo en France

L'article présente le compte-rendu d'entrevues réalisées auprès des dirigeants ou responsables d'une vingtaine d'entreprises de diffusion sur lesquelles a porté l'étude. Il s'agit d'une variété de modèles et d'approches que nous nous sommes attardés à décrire et à analyser, tant au niveau des réussites que des problèmes rencontrés.

Pour des considérations d'ordre pratique, et afin d'effectuer une étude comparative entre des expériences de même type, nous avons procédé à une classification des sociétés visitées à partir de leurs formes juridiques et de leurs objectifs. Nous distinguerons alors, selon une définition personnelle, les sociétés commerciales de celles à but non-lucratif, de celles émanant de l'initiative de l'État.

SOCIÉTÉ COMMERCIALE : entreprise dont les objectifs de production et de mise en marché sont définis en fonction de contraintes de rentabilité économique, dans un contexte de compétition à des sociétés œuvrant dans le même marché.

SOCIÉTÉ À BUT NON-LUCRATIF : entreprise dont le mandat idéologique détermine une action et des moyens ne rejoignant pas nécessairement des critères de rentabilité économique. La qualité des services offerts importe plus que la quantité.

SOCIÉTÉ D'ÉTAT : organisme dont le financement et les objectifs sont formulés dans le cadre d'un projet politique. Les décisions ont souvent plus un impact «social» qu'économique, ce deuxième aspect n'étant donc pas prépondérant dans la définition des projets.

Voici quelques sociétés dont l'originalité a été de développer le concept de vidéo alternative et d'exploiter avantageusement les segments de marchés délaissés par leurs concurrents. Du

même coup, nous en évaluerons le taux de succès respectif.

VIDÉOMAMAN et CEDFI :

Une réussite à bon compte

Les projets VIDÉOMAMAN (VDM) et VIDÉOTHÈQUE CEDFI ont en commun l'adéquation réussie entre un mode de diffusion et un produit répondant aux besoins de segments bien définis.

VIDÉOMAMAN est une petite société spécialisée dans la diffusion de programmes conçus pour la jeune maman. La série est présentée en maternité, en matinée, dans la semaine suivant l'accouchement. VDM profite du fait que les postes de télévision ne diffusent pas durant ces heures de la journée. Les mamans, étant en période de repos, constituent un auditoire captif, ayant chacune dans leur chambre un appareil vidéo.

Fait original, les revenus proviennent des commanditaires (fabricants de couches, nourritures pour bébé...) qui s'annoncent au cours de chacune des émissions.

Le succès de l'entreprise VIDÉOMAMAN est désormais assuré mais sera probablement compromis par l'avènement du réseau des postes du câble qui émettront sans doute aux heures délaissées par la télévision.

L'entreprise VIDÉOTHÈQUE CEDFI diffère par son mode de fonctionnement et le rôle qu'elle joue dans le circuit de distribution des produits vidéo. Distributeur-grossiste, son activité consiste à mettre en relation un ou plusieurs producteurs avec un ou plusieurs utilisateurs.

Au fil des années, CEDFI a constitué une banque de vidéo dont elle envoie le répertoire aux utilisateurs potentiels. L'organisme qui fait une demande de visionnement déclare en retour le nombre de spectateurs, à partir de quoi CEDFI se charge de facturer le producteur. Tout comme VIDÉOMAMAN, il n'en coûte rien aux utilisateurs.

Quoiqu'apparemment invraisemblable — le producteur paie également les montants encourus jusqu'au visionnement — précisons que cette formule a été mise au point dans un cadre institutionnel, où la grande majorité des vidéos proviennent de multinationales comme Renault, Elf-Aquitaine, le ministère des PTT... Ayant tout avantage à être largement connues du public, ces sociétés ont également comme objectif de jouer un rôle social positif, ce qui rehausse leur image de

marque et leur crédibilité. En fin de compte, même la publicité de prestige conduit probablement à d'importants revenus pour ces compagnies.

VIDÉOMAMAN et VIDÉOTHÈQUE CEDFI ont su exploiter un créneau délaissé par la concurrence en offrant un service de diffusion adapté à un contenu et répondant aux besoins de marchés particuliers. En quelque sorte, ces compagnies font cavalier seul dans leur créneau respectif. Signalons finalement que ces expériences, particulières au marché français, sont en partie réalisables grâce au foisonnement de productions de type institutionnel.

IDM FORMATION ET ART COLLECTION VIDÉO :

Un contenu trop spécialisé?

Les tentatives de diffusion commerciale de l'art classique sur vidéo ont été et demeurent des expériences audacieuses d'utilisation du support. Les projets d>IDM FORMATION et d'ART COLLECTION VIDÉO (ACV) sont nés de l'intérêt marqué d'hommes d'affaires pour le domaine artistique. La «passion» des entrepreneurs n'était pas sans fondement logique, puisqu'aucun grossiste, faisant affaire avec les clubs vidéo ne s'était risqué avant.

A IDM FORMATION, on voulait profiter du mode de diffusion particulier à la vidéo grand public pour rendre accessible une forme d'art appréciée d'un public limité : l'art lyrique. Six ou sept opéras bien connus (la flûte enchantée, Carmen, etc.) ont été mis en dépôt (donc sans frais pour l'exploitant) dans des librairies et des clubs vidéo. La vaste campagne de promotion et les critiques élogieuses dans les journaux n'ont pas permis d'éviter l'échec financier qu'a connu le projet.

Une analyse sommaire nous amène à penser que cette situation est due en partie à 3 facteurs importants. D'une part, on a oublié de prendre en considération la concurrence. Dans le cas d>IDM, l'initiative entraine en concurrence directe avec des programmes d'art lyrique diffusés fréquemment à la télévision lors de la période de lancement des vidéos sur le marché.

D'autre part, il nous apparaît que le circuit de distribution utilisé, soit les clubs vidéo, n'a pas joué le rôle de promotion qu'on attendait de lui. Les exploitants de ces entreprises achètent un produit selon le bénéfice qu'ils pourront en retirer et ne veulent aucunement défrayer des coûts supplémen-

taires pour publiciser un produit quel qu'il soit.

Enfin, soulignons que les propriétaires de magnétoscopes en France (comme au Québec) ont fait l'acquisition de l'appareil parce qu'ils pensaient pouvoir écouter les films divertissants que propose le club vidéo et que les gens intéressés à l'alternatif, tel que l'opéra, n'envisagent pas trouver sur vidéo les documents répondant à leurs intérêts (ce qui n'est pas faux).

L'expérience d'ART COLLECTION VIDÉO ne se prête pas aussi facilement à une analyse a posteriori. L'entreprise est en pleine expansion et profite pour l'instant de l'engouement des entrepreneurs pour ce domaine prometteur. L'idée de ACV est d'offrir sur vidéo-cassette une série de documentaires originaux portant sur les collections des grands musées d'Europe. Pour rejoindre un marché international, on a mis les vidéos en vente dans les musées dont la renommée n'est plus à faire. Parallèlement on aimerait développer une seconde série axée sur l'œuvre complète de quelques grands peintres.

Fait à noter, ACV diffuse sur cassette les productions originales qu'elle a réalisées. La vidéo est ici le premier support de diffusion et non pas un circuit de second ordre comme c'est le cas dans le processus de distribution des œuvres cinématographiques. En fait l'objectif d'ACV découle de l'idée d'offrir un livre d'art classique «animé», facile à consulter et que l'on peut garder chez soi.

Il est difficile de prévoir l'avenir du concept ACV. L'entreprise est récente et il faudra attendre la réaction du consommateur devant ce nouveau produit. Sommes-nous prêts pour le livre vidéo?

RÉGIE CASSETTE VIDÉO ET CINÉTHÈQUE :

Un marché saturé?

Profitant de la popularité actuelle des clubs vidéo, de grosses firmes de production et de distributions françaises, américaines et britanniques ont rapidement envahi le marché. Quelques marginaux dont RÉGIE CASSETTE VIDÉO (RCV) et CINÉTHÈQUE tentent périodiquement le lancement d'un produit différent dans le but d'identifier de nouveaux marchés.

RÉGIE CASSETTE VIDÉO est affiliée à la grosse firme américaine Warner Bros. et aux distributions René Malo du Québec. RCV est un des leaders du marché français. En

tant que grossiste, elle offre aux clubs vidéo un répertoire volumineux de films de divertissements. Contrairement aux petites entreprises qui par une idée originale tentent une maigre affirmation de leur existence sur le marché, RCV peut se permettre une diversification de la gamme de ses produits de manière à étendre encore plus son influence.

Les tentatives de vidéo alternatives étaient surtout consacrées à la mise au point de formules originales, inspirées du magazine télévisé ou de formules littéraires telles une rétrospective de l'année, le livre des records «Guinness», l'essai de voitures nouvellement mises sur le marché, apparentées aux films de divertissement. RCV diffuse également des vidéoclips, qui en soit constituent un genre cinématographique original apparu avec la vidéo. Comme on le sait, la télévision a récupéré le phénomène par la suite. Il semble, selon les dires du directeur du marketing d'RCV que la plupart des tentatives se soient soldées par un échec.

L'entreprise CINÉTHÈQUE diffère d'RCV parce qu'elle n'est pas affiliée à aucune grande société de production. La formule de réussite est donc un peu particulière. CINÉTHÈQUE prend en charge des films moins récents ou issus de petits producteurs indépendants qu'elle se procure avec moins d'investissement ou selon des ententes plus flexibles que ses concurrents. En somme, l'entreprise finalise la courbe du cycle de vie d'un produit. Les revenus engendrés par la distribution commerciale soutiennent l'existence de produits alternatifs du type documentaire et cinéma-répertoire.

Pour pallier au manque de roulement, deux solutions ont été adoptées : écouler graduellement sur le marché les nouvelles acquisitions en se gardant toujours quelque chose de neuf à offrir et investir au 1/3 de la production de films récents en retour de quoi on obtient l'exclusivité de distribution en vidéo. CINÉTHÈQUE a donc diversifié ses opérations et trouvé un seuil de rentabilité reposant sur la quantité de titres et non pas nécessairement sur la qualité. Comme elle n'est liée d'aucune façon à un gros producteur (qui vous refille aussi des titres moins bons vendeurs), elle garde une souplesse au sein de son organisation et peut donc plus rapidement s'ajuster à la demande du marché.

Les diverses expériences que nous avons présentées nous amènent à penser que la tendance au divertissement

du secteur commercial limite considérablement la latitude des producteurs et distributeurs de produits audiovisuels un tant soit peu différents. Les échecs répétés de RCV, bien que supportés par d'importantes ressources au moment de la mise en marché, démontrent peut-être que le service commercial lié aux vidéo clubs a déjà atteint sa maturité. Il nous est donc difficile d'entrevoir une rentabilité commerciale diversifiée à grande échelle de ce support. Les cassettes se vendent encore très bien, mais n'est pas à écarter, à plus ou moins brève échéance, une saturation de la demande ainsi qu'un manque de renouvellement lié à la définition trop étroite d'un produit qui a pourtant fait le succès d'un bon nombre d'entreprises.

SOCIÉTÉS À BUT NON-LUCRATIF :

Une rentabilité accrue?

La rentabilité acquiert un autre sens lorsque l'on examine la fonction et l'impact d'une entreprise dans un ensemble plus vaste que le seul domaine économique. On parle alors de rentabilité sociale ou politique, ou encore, de la présence des contenus (ou culture) sur les lois strictes de l'économie.

Les sociétés de distribution à but non-lucratif sont un des agents qui permettent l'expression de tendances minoritaires — création de contenus spécialisés ou traitement particulier d'un sujet connu — qui correspondent, de par leur nature, aux intérêts d'une partie de la population. Cette pluralité de sources et de points de vue est vitale à une société qui se réclame de la démocratie, parce qu'elle est une condition au libre accès à l'information.

LE MANDAT : Une question de contenus

L'entreprise à but non-lucratif se distingue des sociétés commerciales par la sélection des documents qu'elle cherche à diffuser. Le produit n'a pas été conçu selon une approche de mise en marché ou dans le but d'une consommation de masse, mais en fonction d'intérêts particuliers. Il y a un désir dans ce type de sociétés de promouvoir la diffusion de messages ayant une fonction sociale plus grande que le simple divertissement.

LE CENTRE DE DOCUMENTATION SIMONE DE BEAUVOIR, par exemple, met à la disposition des

Parisiens un service de consultation gratuit de plus de 400 vidéo-cassettes d'origine internationale, portant sur la question du féminisme. La censure est inexistante et seul un minimum de qualité est le critère de sélection, hormis le thème abordé. On ne fait pas de compromis, les choses doivent être dites telles qu'elles sont. La réussite commerciale de l'entreprise dépend en partie de sa capacité d'identifier avec précision un segment de marché intéressé. Dans les sociétés que nous avons visitées, la clientèle potentielle occupe souvent les postes de responsabilité dans une institution (programmeurs du câble, enseignants...) En rejoignant ces leaders d'opinions, on s'assure d'une diffusion éventuelle auprès d'individus de mêmes intérêts habituellement difficiles à rejoindre parce que dispersés.

Les productions originales des vidéastes (ou artistes produisant sur vidéo) que distribue l'entreprise VIDÉO CINÉ TROC, se retrouvent dans les nombreux festivals de cinéma expérimental, qui se déroulent à travers le monde chaque année. Chez IMAGO, c'est dans le milieu éducatif et les musées que se trouve la demande pour leurs vidéos, films 16 mm ou diapositives illustrant l'œuvre d'artistes contemporains. Ainsi donc, les usagers, public cinéphile, étudiants ou simples visiteurs, se font offrir un éventail de contenus (ou messages) auxquels ils n'auraient probablement pas été intéressés d'emblée.

À la limite, ce type d'entreprise assure la diffusion de vidéos réalisés par la seule volonté du créateur. C'est une fois produit, a posteriori que l'on se met à la recherche d'un public. À Paris, 35 vidéastes sont regroupés sous le nom de GRAND CANAL dans le but unique d'assurer la diffusion de leurs œuvres auprès de musées, d'universités et autres lieux similaires. Au moment de la création, il n'y a aucun compromis. On ne se préoccupe pas de la censure, du minutage, de la réaction du public ou de celle du producteur.

Par ce mode de fonctionnement, GRAND CANAL identifie et comble difficilement les besoins de nouveaux clients tels que le câble ou les bibliothèques publiques, alors qu'il en aurait les moyens. Il faut dire que les 2/3 des artistes affiliés à GRAND CANAL ne vivent pas uniquement de cette activité et que pour eux, comme pour VIDÉO CINÉ TROC et les autres, apparaît tôt ou tard le problème de financement.

LE FINANCEMENT :

Une nouvelle ère

Les entreprises à but non-lucratif ont longtemps pu compter sur l'État pour une partie de leur financement. Cette relation d'aide est dans bien des cas devenue dépendance. VIDÉO CINÉ TROC y puisent 30% de son budget; le CENTRE SIMONE DE BEAUVOIR est subventionné à 100%. Le changement d'orientation politique des dernières années n'est pas sans affecter cette relation.

De nos jours on conçoit généralement que l'épanouissement culturel ne peut se réaliser qu'en s'appuyant sur la base d'une économie rentable. Le mode de fonctionnement particulier aux entreprises à but non-lucratif, la rentabilité «sociale» ne justifie plus les déficits accumulés. Les lois de commerce prévalent de plus en plus et l'on sent bien réapparaître la nécessité d'un mode de fonctionnement, d'un financement tributaire du «rendement sur l'investissement» cher aux clubs vidéo.

À ce titre, l'entreprise à but non-lucratif, comme la plupart des distributeurs commerciaux en vidéo, souffre d'un grave problème : elle ne peut assurer un roulement suffisant des produits ou des clients.

Par exemple, l'entreprise CINÉ TROC qui n'a que 60 titres à offrir, s'intéresse de près à l'avènement du réseau câblé en France, alors que la programmation sera assurée par des «régies» de distribution au statut et au mandat bien définis. CINÉ TROC aurait enfin la chance de combler une demande importante qui s'étalerait en temps continu et non pas de façon sporadique comme c'est le cas présentement. Chez IMAGO on envisage de produire régulièrement sur vidéo à l'intention d'abonnés. Ce serait là une façon avantageuse de répondre au mandat que s'est donnée la société soit de rendre compte des développements de l'art contemporain, tel qu'il se vit au jour le jour.

SOCIÉTÉ D'ÉTAT :

Une promotion de la culture réussie

Le secteur public a joué et joue un rôle d'importance dans le développement de la diffusion de la culture et dans son expression médiatisée. C'est avec la fondation du Centre d'art et de culture GEORGES POMPIDOU, en 1977, que s'amorce au cœur de Paris de véritables expériences de création et de diffusion multi-média de la culture artistique et didactique. La Bibliothèque Publique d'Information du centre

BEAUBOURG en est l'articulation principale en ce qui a trait à la diffusion des vidéos auprès du public. Mme Marie-Pierre Muller, chargée des acquisitions à la Direction du livre et de la culture, explique :

«Depuis 6 ans se développe un processus visant à faire des bibliothèques publiques des lieux de diffusion du cinéma documentaire et d'information... À l'heure actuelle, le catalogue des films mis à la disposition des bibliothèques dépasse les 400 titres. Il est régulièrement augmenté de nouveautés, ainsi que le fonds de la B.P.I., porté cette année à plus de 1900 titres...»

Au-delà de l'acquis important qu'elle représente pour la diversification du service rendu au public par les bibliothèques, cette initiative se situe dans une réflexion plus générale sur la diffusion du cinéma documentaire : ce cinéma peut, dans les bibliothèques, s'installer «à demeure» et rester en permanence accessible à un public sans cesse renouvelé, dans un contexte de complémentarité des différents réseaux de diffusion.»

Ainsi par l'intervention du ministère de la Culture du gouvernement français, l'expérience de la plus grande bibliothèque de la capitale (25 millions de lecteurs en 5 ans) devient le point de départ de l'établissement d'un réseau de diffusion des documents vidéo dans 75 bibliothèques publiques (63 municipalités, 12 BCP).

Dans l'ensemble du réseau, la consultation sur place des vidéos est entièrement gratuite. Ce support s'insère dans la collection multimédia qui rassemble des livres, des périodiques, mais aussi, des microdocuments, des diapositives, des documents sonores, etc. Chaque nouveau média y trouve sa place s'il représente un intérêt documentaire.

Ce projet d'envergure répond à plusieurs objectifs. D'une part, offrir une diffusion documentaire supérieure à tout autre circuit en accord avec le mandat encyclopédique des bibliothèques. D'autre part, faire la promotion de documents de qualité ou à caractère éducatif, non pas conçus pour un vaste auditoire, mais répondant à des besoins particuliers. Par un choix astucieux des contenus, on espère revivifier le réseau des salles de cinéma i.e. créer dans l'esprit du public une conscience de la spécificité des deux médiums. Lors des acquisitions, on accorde une priorité au support de création ou de diffusion le plus approprié, même si seulement environ 10% des titres ont directement été produits sur vidéo. Le choix est fonction des qualités techniques, de l'actualité du traitement et de la nécessité de constituer

une collection qui aborde les thèmes les plus divers pour satisfaire la curiosité des utilisateurs aux centres d'intérêts multiples et évolutifs. Dans leurs versions originales françaises ou sous-titrées, les documents représentent les diverses tendances politiques ou polémiques.

Les films très en demande sont programmés à heures fixes pour décongestionner un service déjà fort encombré. Les primeurs sont quant à elle diffusées durant la semaine suivant leur acquisition afin d'en informer le public.

Les vidéos ne sont pas prêtées, les bibliothèques estimant que la population n'est pas suffisamment équipée (10% de la population a pourtant un magnétoscope à la maison).

La collection demeure ainsi en permanence dans la bibliothèque. On note que cela a contribué à la gratuité du service et à l'accessibilité accrue (diminution des procédures administratives) en plus d'offrir une garantie aux producteurs contre le piratage.

L'expérience vidéo en bibliothèque de France, par le choix du standard 3/4" U-Matic (qui remonte à une époque où il aurait été difficile de prévoir le succès du standard 1/2") est vouée à un développement un peu similaire au film 16mm, en marge de celui que connaît la vidéo grand public. Cette dernière se différencie de toute autre forme de diffusion parce qu'elle permet enfin à l'individu de décider du lieu et du moment de projection du document de son choix.

Ce qu'il faut en retenir

La distribution sur support vidéo permet un type de consommation qui rompt avec la tradition de diffusion de masse par une approche qui se soucie davantage des besoins spécifiques de divertissements et d'informations du consommateur.

La réalisation de cet objectif passe par la mise sur pied d'un réseau parallèle de vidéo clubs nouveau genre, à caractère spécialisé que dirigeraient des leaders d'opinions, vendeurs ou conseillers, convaincus du bien fondé de leur produit. Toujours selon le système locatif (une cassette vierge vidéo coûte au moins une vingtaine de dollars), il leur faudrait pratiquer une politique d'acquisition sélective minutieusement orientée vers un public cible, tout en tenant compte de la taille du marché (localisation géographique) sur lequel s'exerce leur influence. De plus

l'entreprise se devrait de diversifier la gamme de ses produits afin de soutenir le lancement de nouveautés plus risquées par des programmes d'une popularité assurée.

Un service de cette nature comporte cependant certaines contraintes importantes. La spécialisation des contenus, comme condition à la rentabilité, limite l'impact de ce mode de distribution aux besoins de la population géographiquement regroupée autour de l'entreprise. De plus, il aurait le défaut de n'être accessible qu'à une classe privilégiée, propriétaire de magnétoscopes.

Un service de prêt et/ou de consultation de vidéo alternatifs en bibliothèque publique comblerait certaines de ces lacunes. La contrainte de location et de roulement des stocks ne tiendrait plus. La forme de rentabilité se modifierait en fonction du mandat spécifique de ces institutions soit d'être le lieu de diffusion de l'information sur tous supports, pour tous publics. Les contenus diversifiés (et non plus spécialisés) y seraient retenus pour leurs qualités documentaires, éducatives, artistiques ou culturelles, autant de critères qui définissent la vidéo alternative. Enfin, l'accès à ces documents ne serait pas réservé aux propriétaires de magnétoscopes.

L'ensemble des Québécois et non pas seulement les habitants des grands centres, devrait bénéficier d'un tel service par la constitution d'un réseau intégré de diffusion des vidéocassettes en bibliothèque publique et via les BCP. Ainsi pourrait-on associer définitivement dans l'esprit du consommateur la diffusion de l'alternatif aux bibliothèques publiques comme c'est le cas en France.

À ce titre nous réclamons une intervention globale et concertée entre les différents intervenants des gouvernements et du milieu des bibliothécaires afin que se réalise une standardisation des équipements et des procédures, ainsi qu'une mise en commun des ressources, nécessaires à l'établissement d'un réseau *intégré*.

La vidéo alternative en bibliothèque ou en vidéo club spécialisé se doit d'offrir un service différent de celui des médias concurrents. Les contenus doivent répondre aux besoins réels des usagers en abordant des sujets variés, traités d'une manière originale et adaptés au degré de connaissance du spectateur. Idéalement la vidéo devrait

offrir des productions qui lui sont exclusives afin de forcer le consommateur à se tourner vers elle pour satisfaire ses besoins.

L'effort de promotion d'un service alternatif sensibilise l'utilisateur aux caractéristiques uniques à la vidéo : choix des programmes diversifiés, sélection des heures et des conditions d'écoute par l'utilisateur, bas prix... Notons ici l'importance du leader d'opinion (préposé ou bibliothécaire) dont le rôle est de susciter l'intérêt, de conseiller et de fournir toutes les informations nécessaires pour faciliter le choix de l'usager.

On peut créer une habitude d'information chez le public afin de suivre l'évolution de ses besoins ou de soutenir son attention. L'effort de promotion, s'il n'est pas dirigé à travers un média d'information capable de rejoindre le public cible (revue spécialisée, radio locale, etc.) doit s'exercer sur les lieux mêmes de distribution.

Pour soutenir l'attention des usagers nous suggérons de planifier le lancement des nouvelles acquisitions afin d'avoir toujours quelque chose à offrir. Afin de pallier au problème de roulement, il est également suggéré de songer à un regroupement des petites entreprises de distribution ce qui permettrait de constituer une collection plus importante et complémentaire. On pourrait envisager de faire circuler les titres d'un établissement à l'autre; cette recommandation s'appliquant d'emblée aux réseaux des bibliothèques.

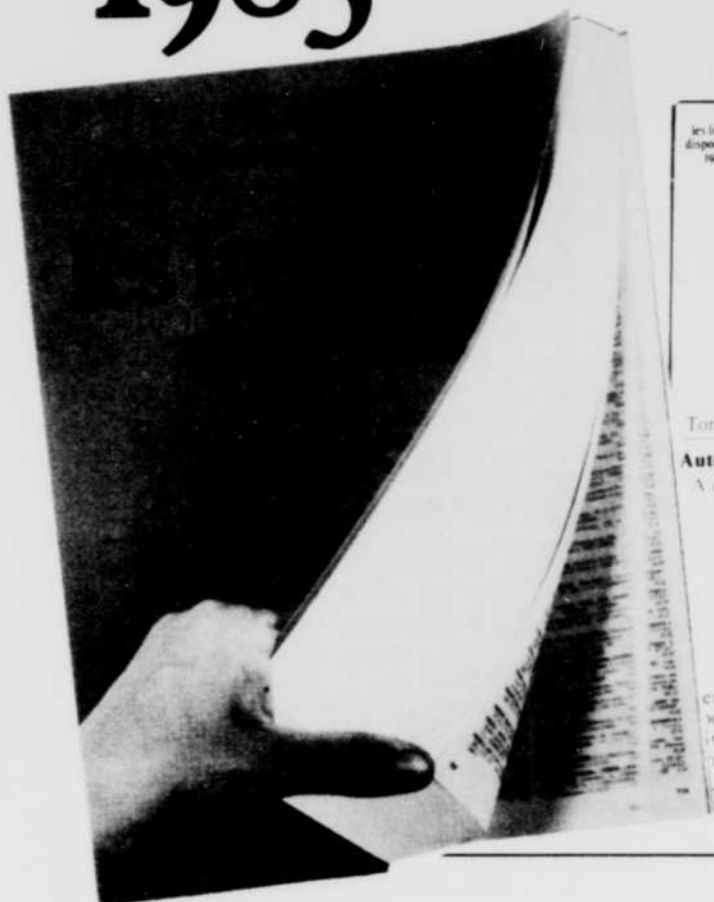
Nous nous sommes attardés à développer l'idée d'une diffusion alternative par le biais des bibliothèques publiques et, possiblement, d'un circuit commercial similaire aux vidéo clubs. Les diverses expériences constatées en France nous enseignent pourtant une diversification de moyens de distribution physique, assortis au type de contenu et aux clients identifiées; vidéo-cassettes d'art dans les musées, programmes sur l'accouchement en maternité; autant de formules originales propre à chaque entrepreneur. Autant d'idées originales pour que se réalise enfin un service de diffusion audio-visuelle qui briserait le monopole d'un type de consommation de masse, standardisé, unifié et banalisé, propre au cinéma et à la télévision.

1. Marie Pierre Muller, *Pamphlet portant sur le festival «Cinéma du réel»* (Paris, BPI, 1984), p. 81.

les livres disponibles 1985

UNE NOUVELLE GÉNÉRATION

6 TOMES : - 2 volumes Auteurs
- 2 volumes Titres
- 2 volumes Sujets



les livres disponibles 1985	les livres disponibles 1985	les livres disponibles 1985	les livres disponibles 1985	les livres disponibles 1985	les livres disponibles 1985
Tome I	Tome II	Tome I	Tome II	Tome I	Tome II
Auteurs A à K	Auteurs L à Z	Titres A à L	Titres M à Z	Sujets de 1000 à 699	Sujets de 700 à 990
ench ooks in Print	French Books in Print	French Books in Print	French Books in Print	French Books in Print	French Books in Print

- **PLUS PRATIQUES**
- **PLUS MANIABLES**
moins de 2 kg par tome
- **PLUS SOLIDES**

grâce à leur couverture de balacron, reliure souple, spéciale intégrale.

263 550 titres présentés
10 771 collections
4 983 éditeurs recensés dans 66 pays
206 176 modifications de notices
22 620 nouveautés
Prix public de tous les ouvrages et aussi
2 710 rubriques
14 000 mots-clés dans le volume Sujets

Vente exclusive au Canada :
Bibliorama 1155, Avenue Ducharme
Outremont, QC, Canada H2V1E2
Tel (514) 274 54 68

PROTOCOLE DE RÉDACTION

Argus vise à assurer l'information et le développement professionnel des membres de la Corporation des bibliothécaires professionnels du Québec. Les articles publiés traitent de la formation, du rôle et du statut du bibliothécaire dans la société, du professionnalisme, des nouvelles orientations et de la recherche en bibliothéconomie et en science de l'information, de l'apport des autres disciplines.

Le comité de rédaction accepte des articles originaux soit en français, soit en anglais. À l'occasion il publie des textes de conférences prononcées dans le cadre des activités de la Corporation.

Les publications peuvent prendre plusieurs formes:

- articles de fond (de 15 à 25 pages dactylographiées)
- textes plus courts rendant compte d'un événement récent
- entrevues
- chroniques sur l'audiovisuel, les revues professionnelles, la recherche (de 3 à 6 pages dactylographiées)
- lettres à l'éditeur paraissant sous le titre "Argus commentaires" et commentant une question d'actualité ou un article récemment paru dans la revue
- comptes rendus d'ouvrages sur le professionnalisme ou la recherche.

Les articles doivent être soumis en quatre exemplaires, dactylographiés à interligne double sur papier 21 x 28cm et accompagnés d'un résumé informatif.

Sur la première page doivent figurer le nom, le titre académique, le statut professionnel et le lieu de travail de l'auteur ainsi que le titre et le résumé du texte.

Les notes infrapaginales doivent être numérotées et tapées sur une feuille à part. Il appartient aux auteurs de fournir les références bibliographiques complètes et présentées de la façon suivante:

Monographie:

Herbert Goldhor, **Introduction to Scientific Research in Librarianship** (Urbana, Ill., University of Illinois, 1972), p. 198.

Chapitre d'un livre:

William M. Potter, "History, the Behavioral Studies and the Science of Man" in Mary Lee Bundy and Paul Wasserman, **Reader in Research Methods for Librarianship** (Washington, Microcard Editions, 1970), p. 36.

Article de périodique:

Yves Courrier, "Analyse et langage documentaires", **Documentaliste**, vol. 13, no 5-6 (septembre-décembre 1976), pp. 178-189.

Les correcteurs se réservent le droit de renvoyer aux auteurs les textes dont les références ne correspondent pas à ces exigences. Ils peuvent effectuer des corrections mineures des textes sans en avertir les auteurs.

Les auteurs sont priés de conserver un double de leur article. Aucun manuscrit ne leur sera remis.

Chaque auteur recevra trois exemplaires du numéro auquel il aura contribué.

EDITORIAL STATEMENT

Argus aims to inform members of the Corporation of Professional Librarians of Québec and further their professional development. Articles cover the training of librarians and their role and status in society, professionalism, new directions and research in library and information science, and contributions from other fields.

The Editorial Board accepts original articles written in French or in English. Papers delivered at Corporation related functions are published from time to time.

Published items may take several forms:

- in-depth articles (15 to 25 typed pages)
- shorter articles covering a recent event
- interviews
- columns on audio-visual material, professional journals, research (3 to 6 typed pages)
- letters to the Editor, under the heading "Argus commentaires", which discuss a topical issue or an article recently published in the journal
- reviews of works about the profession or research

Articles should be submitted in quadruplicate and be typed (double-spaced) on sheets 21 by 28 cm. An informative résumé should be provided.

The author's name, his/her professional status and place of work, as well as the title and résumé of the article, should appear on the first page.

Foot-notes should be numbered and typed on a separate sheet. The author must provide complete bibliographic references in accordance with the following examples:

Monograph:

Herbert Goldhor, **Introduction to Scientific Research in Librarianship** (Urbana, Ill., University of Illinois, 1972), p. 198.

Chapter of a book:

William M. Potter, "History, the Behavioral Studies and the Science of Man" in Mary Lee Bundy and Paul Wasserman, **Reader in Research Methods for Librarianship** (Washington, Microcard Editions, 1970), p. 34.

Article in a periodical:

Yves Courrier, "Analyse et langage documentaires", **Documentaliste**, vol. 13, no 5-6 (septembre-décembre 1976), pp. 178-189.

Editors reserve the right to return articles if references do not conform to these standards. Minor corrections may be made to an article without the author's prior knowledge.

We request that the author keeps a copy of his/her article. Manuscripts will not be returned.

Authors receive 3 copies of each issue in which their article appears.

