

Réflexions

Blaise Cronin

Directeur du Département de bibliothéconomie et de science de l'information de l'Université de Strathclyde

DES FORMATIONS DE L'UTILISATEUR*...

« **L** E ROI est nu... ». La formation de l'utilisateur érigée en dogme depuis dix ans pourrait bien n'être en définitive qu'une outre gonflée de vent, un alibi commode à l'auto-glorification professionnelle. Une re-définition s'impose, d'autant plus que le développement des systèmes en ligne, en lui donnant un bain de jouvence, confère à la formation de l'utilisateur une légitimité nouvelle. Légitimité hélas toute provisoire, car, comme chacun sait, l'utilisateur final finira bien par avoir la peau de l'intermédiaire.

B. Cronin refuse aussi cette problématique : certes l'utilisateur final influencera profondément le marché de l'information en ligne et les démonstrations de chiens savants sur le terminal deviendront sans objet..., mais l'information de qualité n'en conservera pas moins toute sa valeur pour peu que le médiateur fasse montre de son efficacité. Former l'utilisateur, c'est d'abord le convaincre des bienfaits d'un service. Il faut donc renverser la procédure : une politique de client et non une politique de produit. Et le premier client, c'est celui qui finance.

C'est en 1974 que fut publiée la première édition de la *Formation de l'utilisateur*, de John Lubans (1). Encore étudiant, je pris un vif intérêt à la lecture de cet ouvrage. Dix ans plus tard, je suis amené à participer à un séminaire intitulé « *La Formation de l'utilisateur à l'ère de l'information en ligne* » ; mais l'énumération des avantages et progrès réalisés grâce à notre action depuis dix ans me trouve plutôt réservé. A mon avis nous commençons à percevoir les premiers signes de

désenchantement à l'égard des programmes et projets de recherche sur la formation de l'utilisateur de bibliothèques. Je décèle davantage de doutes et de scepticisme chez de nombreux collègues et cette attitude transparait actuellement dans la littérature professionnelle.

Peut-être fallait-il s'y attendre : les courants d'idées et les mutations dans nos professions suivent une trajectoire prévisible — tout comme les modes vestimentaires, de leur lancement à leur adoption en masse pour finir par un abandon progressif. L'engouement pour la formation de l'utilisateur semble connaître une éclipse après avoir connu une brillante carrière. Ceci ne signifie pas que la formation de l'utilisateur doive dès demain tomber en désuétude. Elle va sans doute réémerger, peut-être sous une forme légèrement différente et avec un label plus branché. Les idées, tout comme les modes, peuvent suivre plusieurs cycles de vie. La formation de l'utilisateur est peut-être en perte de vitesse, mais on ne l'a pas encore mise au rebut.

Le pied du missionnaire

Il entre un esprit de missionnaire dans cet acte de foi, professé par nos collègues, la croyance en l'expansion de la formation de l'utilisateur. Le désir de faire part de nos lumières, d'offrir les clés du royaume bibliographique à plus démunis que nous, constitue la démarche première. Un esprit cynique pourrait au demeurant suggérer que la formation de l'utilisateur est une des stratégies utilisées pour mettre en place une autojustification professionnelle perfectionnée, tout en se donnant une façade d'altruisme.

Ce sont des sommes considérables qui ont, au fil des ans, été investies dans les projets de formation de l'utilisateur. Tout le monde, cependant, n'est pas convaincu du bien-fondé de ces dépenses. Maurice Line a pris clairement position en déclarant « *qu'un seul agent chargé du service d'information, accessible, compétent et serviable, vaut bien une douzaine de programmes de formation* » (2). Mon sentiment personnel est que tant les résultats que le souci de responsabilisation ou les profits retirés par les supposés bénéficiaires de ces formations, n'ont pas été à la hauteur des investissements.

* Cet article est la traduction de la communication présentée au congrès 1984 de l'IATUL (User education in the online age, part II, 30 July-2 August, Delft).

Le prochain séminaire de l'IATUL, sur ce thème, aura lieu à la Bibliothèque de l'Université de technologie de Compiègne en 1986.

Renseignements auprès de :
Nancy FJÄLLBRANT
The Library of Chalmers University of
Technology
S-41296 GÖTEBORG

Les bibliothécaires aux pieds-nus

Pour reprendre les termes du langage militaire, nous avons visé des objectifs à caractère tactique et non stratégique. En règle générale, nos efforts se sont concentrés sur les besoins des troupes et sur les tâches et fonctions propres aux bibliothèques (comment se servir d'un catalogue; les sources d'information sur différents sujets; comment mener une recherche en ligne). On a mis l'accent sur des programmes d'un niveau technique relativement bas, s'adressant au *Lumpenproletariat* des utilisateurs au lieu de mener une campagne de sensibilisation à caractère stratégique en direction des leaders d'opinion — le concierge ou le responsable institutionnel! Littéralement parlant, nous avons essayé d'éveiller les masses au lieu de frapper au sommet et de déclencher un processus en cascade de prise de conscience et de réceptivité.

A peine avais-je commencé à réfléchir sur la teneur de ma présente intervention, que je suis tombé sur l'article de Ray Lester « La Formation de l'utilisateur à l'ère de l'information en ligne » (3). Une telle conformité de titres ne pouvait être qu'un heureux présage — trop heureux en fait, car la majeure partie des idées qui, chez moi, étaient encore en gestation avaient déjà vu le jour auprès de R. Lester. Tout au long de sa lecture, je n'ai fait qu'approuver le contenu de cet article, et, en particulier, sa conclusion: il faudrait instituer un moratoire à l'attribution de deniers publics pour les études et la mise en place d'actions de formation de l'utilisateur destinées aux non-handicapés de l'information.

Quand bien même les programmes de formation de l'utilisateur auraient été nécessaires, les bibliothèques et les services/produits d'information en seraient-ils pour autant plus faciles à utiliser? Probablement pas — ou, du moins, pas au même point. La formation de l'utilisateur repose sur un postulat: les bibliothèques peuvent être difficiles à utiliser, ce qui limite le niveau global d'utilisation; proposer systématiquement orientation et assistance signifie que nous rendons service à nos prétendus usagers. La formation de l'utilisateur de bibliothèque institutionnalise l'idéal de l'effort personnel. L'objectif, pour parler crûment, est au départ de

mettre l'utilisateur sur le bon chemin à coups de trique et, ensuite, de le laisser se débrouiller tout seul. Il m'arrive souvent de me demander ce que nous aurions pu faire avec tout cet argent englouti dans la formation de l'utilisateur s'il avait servi à concevoir des systèmes et services d'information plus accessibles et conviviaux.

D'après R. Lester, dès qu'il s'agit de formation de l'utilisateur, « *intervient toujours un clivage fondamental entre deux chapelles: il y a ceux qui estiment que cette formation doit enseigner aux utilisateurs, actuels et potentiels, comment devenir aussi bon qu'un bon bibliothécaire dans la recherche d'information; et il y a ceux qui estiment que, pour la plupart des usagers, on vise là à côté de la plaque et qu'on aura toujours besoin de bibliothécaires efficaces, trouvant l'information dont les usagers ont besoin en temps et en lieu voulu* ». En tant qu'observateur extérieur, j'avoue me ranger, avec R. Lester, dans le deuxième camp. Comme le présent séminaire est sans doute le lieu de rassemblement de toutes les confessions, il m'incombe d'expliquer et de défendre cette position. En conséquence je me propose de parler de la notion « d'ère de l'information en ligne » et des raisons de l'émergence actuelle de cette nécessité: définir une nouvelle approche pour le marketing des services d'information.

La ligne à la pêche

La formation de l'utilisateur était depuis longtemps à l'ordre du jour lorsque l'information en ligne est entrée dans les mœurs. Néanmoins, c'est bien cette dernière qui, par son évolution, a fourni le catalyseur nécessaire au développement des expériences récemment intervenues. Il est facile d'en deviner la raison. Dans les années 70, les technologies de l'information restaient encore une nouveauté et peu d'utilisateurs avaient eu l'occasion de les expérimenter ou de les voir exposées — dans le cadre d'une bibliothèque ou à l'extérieur. Bien entendu, la profession avait conscience qu'il fallait largement promouvoir ces nouveaux outils et techniques et qu'il fallait donner aux usagers une formation à base de travaux pratiques. Au cours des années 70, la BLR & DD (British Library Research and Development Department) a soutenu nombre d'initiatives et de plans de formation. Grâce à cet engagement, l'information en ligne a pu être introduite tant dans les bibliothèques publiques qu'universitaires; de même les écoles de bibliothéconomie et de science de l'information reçurent une aide pour permettre à leurs étudiants d'acquérir une expérience pratique de la recherche en ligne au niveau voulu.

A la fin des années 70, le marché des banques de données avait pris une extension considérable. Il existe aujourd'hui à travers le monde probablement plus de 1 000 banques disponibles dans le circuit commercial, interrogeables sur plus de 200 serveurs. L'industrie de l'information en ligne continue à progresser à grands pas et une étude récente prédit que ce marché pour la seule Europe rapportera en 1987 un revenu de 1,777 à 2 millions de dollars (4).

La situation évolue rapidement, du stade de la nouveauté à celui de la saturation. Lorsque l'information en ligne était une innovation et que les usagers en méconnaissaient encore les possibilités, il y avait un créneau à saisir pour des programmes systématiques de formation. Avec la banalisation de la recherche en ligne le besoin d'initiatives — implantations et formations — soutenues par les bibliothèques se fera de moins en moins pressant. Par ailleurs, au fur et à mesure de l'abaissement des

R

coûts en matériels et en logiciels, alors que les systèmes se font de plus en plus conviviaux et que régresse l'analphabétisme informatique, la nécessité de donner une formation en la matière à l'utilisateur de bibliothèque s'effacera progressivement. Déjà, en Grande-Bretagne, chaque école secondaire possède au moins un micro-ordinateur et le gouvernement élargit progressivement son programme de manière à ce que toutes les écoles primaires du pays soient pourvues d'un micro.

Des micros pour les minos

En France l'opération « 100 000 micros » vise de la même façon un équipement massif. Il faut voir, sans nul doute, un signe des temps dans le fait que tous les étudiants devant entrer à l'université Carnegie Mellon, aux Etats-Unis, sont tenus de posséder leur ordinateur personnel — tout comme une règle à calcul ou une calculatrice il y a quelques années. La prochaine génération d'étudiants dans nos établissements d'enseignement supérieur aura une bonne connaissance des bases de l'informatique et des technologies de l'information. J'ai récemment participé à un projet financé par la BLR & DD : il s'agissait de piloter l'introduction de la recherche informatisée dans un certain nombre d'écoles secondaires (5). Cette opération pourrait, me semble-t-il, être dépeinte comme un des avatars de la formation de l'utilisateur. Ce que nous avons découvert est que même les enfants les plus jeunes et les moins doués pouvaient saisir assez rapidement les fondements de la recherche en ligne en se servant d'un micro-ordinateur. Nous n'avons guère relevé de signes de technophobie (rejet des ordinateurs et des claviers). Tout cela permet de faire des hypothèses : les générations futures d'utilisateurs de bibliothèques auront, en matière d'information et de technologie, une autonomie et une compétence qui ne peuvent être le fait d'une génération telle que la mienne. Nous avons, en effet, commencé à créer les conditions, qui, à long terme, rendront superflus les programmes de formation des usagers.

Tout cela est bien beau en théorie, me direz-vous, mais en réalité les choses sont beaucoup moins évidentes. Les bibliothécaires

n'ont-ils pas pour rôle de guider les usagers à travers le dédale des banques de données disponibles dans le circuit commercial, les multiples langages de commande, les différentes procédures de connexion et options de financement ? Et la prolifération de systèmes ne menace-t-elle pas d'ensevelir un jour l'utilisateur des services d'information bibliographique, même le plus averti et le plus passionné ? A mon avis, la réponse est « oui » ... mais la solution ne tient pas à des programmes de formation plus nombreux ou même plus efficaces. Il existe au moins deux scénarios possibles.

Seppuku ou Meiji ?

Imaginons que les usagers traditionnels ne souhaitent pas tous, ou ne puissent pas tous, se tirer d'affaire tout seuls. Notre but devrait-il être de les aider à devenir autonomes ou bien devrions-nous nous appliquer à nous ériger en médiateurs professionnels ? Tout comme R. Lester, je me rallierais à la deuxième proposition, au moins dans les cas où un groupe particulier d'utilisateurs se refuse à effectuer le travail de routine. Comme nous disposons des connaissances techniques, du temps pour suivre les transformations dans le monde de l'information et que, de fait, nous sommes payés pour jouer les médiateurs dans le transfert de l'information, il existe des arguments de poids pour éviter de faire perdre son temps à l'utilisateur ou de sous-utiliser nos propres compétences.

A plus long terme, la technologie elle-même deviendra si simple que les usagers n'auront plus besoin d'être formés à son maniement : c'est elle qui formera l'utilisateur à tirer le meilleur parti de ses ressources. Des signes encourageants montrent que l'impulsion technologique ouvre la voie à un afflux de la demande et les futures générations de matériels liés à l'information seront véritablement conçues en fonction des besoins, préférences et compétences de l'utilisateur final. En utilisant le réseau local de télévision par câble, les habitants de Columbus (Ohio) abonnés au système QUBE peuvent consulter de chez eux le catalogue de la bibliothèque locale sur leur terminal et commander directement les ouvrages qui leur sont remis à do-

micile. Petit à petit nous verrons de plus en plus de systèmes d'information ou de bibliothèques conçus et réalisés en fonction de la commodité de l'utilisateur et non de l'expert. Au Royaume-Uni 11 % des ménages possèdent un micro-ordinateur. Les autres pays développés connaissent (ou vont connaître) des taux de pénétration comparables; ce marché est à l'origine d'une catégorie entièrement nouvelle de consommateurs individuels. Jusqu'à une date récente les services bibliographiques en ligne étaient destinés à la communauté traditionnelle des intermédiaires (bibliothécaires ou spécialistes de l'information), mais désormais l'industrie de l'information vise le marché professionnel des non-spécialistes à la conquête de nouveaux débouchés.

En 1983, BRS et DIALOG (deux des principaux vendeurs sur le marché de l'information en ligne) ont tous deux réalisé que la prolifération des ordinateurs domestiques ouvrirait un créneau appréciable et ont lancé des systèmes de recherche en ligne fonctionnant aux heures creuses — BRS, After Dark et DIALOG, Knowledge Index. Ces deux systèmes sont d'un maniement beaucoup plus aisé que leurs équivalents utilisés aux heures normales; dans les deux cas, l'utilisateur n'a à apprendre qu'un petit nombre de manipulations simples. Les vendeurs appliquent une politique de prix attractifs pour le non-spécialiste. Un utilisateur dépense en moyenne 5 dollars pour une recherche fournissant 40 références imprimées. Les premières indications donnent à penser que ces systèmes reçoivent un accueil enthousiaste et qu'un avenir souriant s'ouvre devant eux. Une récente critique parue dans *Online* concluait en ces termes : « *La bibliothèque électronique domestique trouvera probablement place à part entière dans, littéralement parlant, des millions de foyers et bureaux aux Etats-Unis et au Canada. L'ordinateur personnel, le vidéotex, le télétexte et les mémoires de masse stockées sur vidéodisque seront banalisés et largement disponibles* (6) ».

D'autres acteurs intervenant sur la scène de l'information ont décelé la demande latente pour des logiciels de recherche de l'information et de gestion de base de données faciles à utiliser. L'Institut d'information scientifique (ISI) a présenté récemment Sci Mate, qui

permet à l'utilisateur de faire une recherche dans *DIALOG*, *SDC*, *BRS*, *MEDLINE* et *ISI* en n'utilisant qu'un seul langage de commande. Le système comporte un langage de commande, sélection et identification commun ainsi qu'un système de recherche par menus successifs. En outre il existe une fonction de gestion personnalisée des données qui permet à l'utilisateur de transformer n'importe quel fichier de texte en mini-base personnalisée.

Les producteurs de banques de données prêteront probablement plus d'attention aux besoins du marché de l'information « en kit », par exemple en diffusant leurs fichiers sur disquettes à l'intention de l'utilisateur « non-institutionnel » qui préfère le traitement en local à l'accès aux banques via le réseau des télécommunications. De telles évolutions, techniques et commerciales, ne peuvent, du point de vue de l'utilisateur final, que déboucher sur une plus grande facilité d'accès aux sources de l'information primaire et secondaire. En particulier le glissement vers la recherche en texte intégral finira bien par déplacer le pôle d'activités économiques de la communauté traditionnelle des intermédiaires vers l'univers des utilisateurs finals.

Frontaux pour fronts bas

Si l'on examine de quelle manière la technologie peut « libéraliser » l'accès à l'information, il convient de faire état des systèmes experts. Certaines de leurs applications pourraient intervenir dans les bibliothèques ou services d'information (le catalogage par exemple) mais sans avoir d'impact sur les usagers; mais dans d'autres domaines, les systèmes experts pourraient bien engendrer une plus grande autonomie du public. On peut par exemple envisager leur utilisation pour guider l'utilisateur à l'intérieur d'une grande bibliothèque, lui expliquer ses services et son agencement, répondre aux demandes de renseignements élémentaires ou le renvoyer à des sources ou des centres d'information plus adéquats. Mais, jusqu'à présent, il s'agit là plus de potentialités que de réalités (7).

A ce jour, les applications les plus intéressantes ont porté sur la conception de frontaux résistants aux utilisations les plus obtuses, permettant aux non-initiés de faire

une recherche en ligne sans avoir à apprendre un langage de commande, à se servir d'un manuel ou à faire appel à un médiateur formé. *PAPERCHASE* (8) est un des exemples les plus connus; ce système, implanté dans un hôpital, servait au personnel médical (étudiants, personnel administratif et praticiens). L'utilisateur le plus novice n'avait qu'à appuyer sur une touche clairement indiquée pour ensuite se laisser guider, à travers la formulation de la demande et les différentes étapes de plus en plus complexes de la recherche, vers l'appréciation du résultat obtenu. Au cours de la période d'essais, la popularité du système a largement dépassé les espérances de départ et les personnes qui n'avaient aucune expérience préalable de la recherche en ligne firent apparaître un taux significatif d'usage renouvelé. Je souhaiterais seulement préciser que *PAPERCHASE* n'est qu'un des frontaux, de plus en plus nombreux, qui répondent aux besoins de formation de l'utilisateur dans ce domaine précis.

Marketing-mix

Si on admet, pour les besoins de ma démonstration, que la technologie évoluera en ce sens et que

cette évolution rendra largement caducs les programmes de formation mis au point au cours des dernières années, quel objectif devrions-nous alors poursuivre, de quelles nouvelles activités et responsabilités devrions-nous nous charger ?

La réponse, à mes yeux, tient à la manière dont nous nous vendons, et à qui. On a beaucoup écrit sur le marketing des bibliothèques et des services d'information en général — et sur le marketing des services en ligne en particulier; je souhaiterais maintenant analyser la formation de l'utilisateur comme stratégie de marketing dans la pleine acception du terme. Pourquoi donc donnons-nous une formation à nos utilisateurs ? Pour un tas de raisons, tel le désir de faire part des acquis de notre propre expérience, de leur faire découvrir les différentes sources d'information; pour optimiser l'utilisation de services d'information onéreux, pour permettre aux usagers d'être plus efficaces dans leurs recherches, etc. Mais, fondamentalement, ce que nous essayons de faire, c'est de satisfaire nos utilisateurs. En terme de marketing, nous participons à l'entreprise de satisfaction de la clientèle.

Le marketing, néanmoins, comporte un double aspect : il impli-

que que les produits soient attractifs et qu'ils soient diffusés. Grosso modo, la profession s'est attachée au processus de distribution, utilisant installations, produits et services, de manière à donner une satisfaction maximum à un maximum d'utilisateurs. La formation des utilisateurs a été un des procédés utilisés à cette fin. En les formant à l'utilisation des catalogues, index, bibliographies et services en ligne nous espérons maximiser leur satisfaction et les avantages tirés des services qui leur sont offerts. En nous donnant une casquette d'expert en ce domaine nous avons tendu à méconnaître l'aspect « attractivité du produit » qui, logiquement, intervient en amont.

Tout comme nous vendons nos services aux différents groupes d'utilisateurs, nous devons aussi nous vendre, nous et nos services, à ceux qui tiennent les cordons de la bourse — j'ai nommé les bailleurs de fonds. Au risque de simplifier outrageusement, je dirais que la diffusion des produits attire l'attention sur la foule des utilisateurs de base, alors que « l'attraction des produits » la reporte sur les hautes sphères, pour reprendre les termes employés précédemment. Un marketing agressif en direction de l'utilisateur final est une bonne chose, mais une campagne réussie pourra avoir pour résultat d'élever la demande à un tel niveau que, sauf aide particulière, le service offert perdra de sa qualité. S'il n'est pas prévu de ressources supplémentaires, la prudence est de rigueur. Si celles-ci sont nécessaires, l'action de marketing devra s'exercer sur les bailleurs de fonds du service. Comme le faisait remarquer une étude du LIS (Library and Information Services Council) sur la formation de l'utilisateur (9), la formation du « payeur » doit être analysée conjointement à celle de l'utilisateur.

Les conseillers ne sont pas les payeurs

Ce dont il est question, c'est de faire de la formation à grande échelle. Notre objectif premier devrait être de sensibiliser les personnalités influentes dans notre administration de tutelle, dans les organismes ou dans notre environnement — les sensibiliser à l'importance de l'information en tant que richesse et à la nécessité de la gérer et de l'exploiter efficacement. Ce dont nous avons besoin, c'est de mener de vastes campagnes de sensibilisation plutôt que d'essayer de promouvoir le dernier gadget technologique, des types ou classes d'information spécifiques ou de faire étalage de notre virtuosité professionnelle. En deux mots, notre objectif devrait être de vendre les avantages tirés d'une gestion efficace de l'information à ceux qui prennent en dernier recours les décisions politiques et financières intéressant notre sphère d'activités.

L'information est une chose envahissante. L'explosion de l'information, enregistrée pour la première fois dans les années 50 et 60, ne montre aucun signe de fléchissement. Une fraction toujours plus grande de la population active participe à des activités ayant trait à l'information : production, stockage, traitement, intégration, recherche, marketing, conditionnement, communication, diffusion. Les Etats et les organismes de tous ordres ont reconnu que l'information est une ressource-clé — tout comme les capitaux et l'énergie. L'information est en effet devenue une « affaire qui marche », fait attesté par la pénétration de plus en plus poussée du secteur privé dans l'expansion et le marketing des services et produits de l'information. Les Etats nationaux ont eux aussi compris que l'information est une richesse sociale de taille et, en conséquence, ont lancé des mesures de sensibilisation de toutes sortes. En Grande-Bretagne, nombreuses sont les actions de sensibilisation qui ont été menées sous l'égide de l'Etat et des sommes importantes ont déjà été investies pour assurer le développement, au niveau national, de compétences en technologie de l'information et dans les domaines voisins. Un récent rapport du Cabinet Office, *Faire des affaires avec l'information* (10) a donné une impulsion supplémentaire : ce rapport a fait passer le concept « d'information

monnayable » dans le langage courant et a contribué à faire apparaître le poids croissant de l'information dans la balance des échanges. De toute évidence il s'est créé un consensus et nous devrions essayer d'exploiter cette donnée en promouvant nos personnes et nos compétences, comme gestionnaires de cette ressource sociale majeure.

Des prébendes aux bénéfices

Tout cela est bel et bon. Mais se contenter de seriner aux gens que « l'information est un bien pour vous » pourrait bien ne pas produire le résultat escompté. C'est à nous d'en expliquer les avantages au « payeur/utilisateur ». En termes de marketing il s'agit de mettre en valeur les profits dus à un ralliement au « catéchisme de l'information ». La qualité de l'information n'est pas toujours une donnée d'évidence si bien qu'une approche marketing centrée sur le produit n'a guère de chance de rapporter des dividendes. Plutôt que de s'appesantir sur la qualité et la valeur intrinsèques de l'information ou de s'extasier sur les merveilles des technologies de support qui sont à notre disposition, nous devrions, pour vendre l'information, présenter les bénéfices que pourraient en retirer les interlocuteurs visés. De manière générale, on pourrait donner les indications suivantes :

- investir dans l'information aide à la promotion d'un nouveau produit;
- l'information est à la base de l'innovation;
- une gestion efficace de l'information permet à un organisme de prévoir l'évolution de son environnement;
- l'efficacité interne d'un organisme dépend de la façon dont il contrôle et intègre les différents systèmes d'information;
- l'information est une des conditions préalables à un bon positionnement sur le marché;
- une gestion efficace de l'organisation améliore la communication à l'intérieur des organisations;
- l'information permet de travailler mieux;
- une gestion efficace de l'information permet des économies et évite les doubles emplois;
- l'accès à l'information permet aux personnes de mieux s'intégrer à la société;
- l'information est une matière première, qu'on peut travailler et vendre avec bénéfices.

En centrant cette communication sur le thème des véritables priorités en matière de formation de l'utilisateur, j'ai voulu attirer l'attention sur l'importance que revêtait la formation de l'utilisateur à grande échelle. Notre profession a mis en œuvre et perfectionné tout un arsenal de méthodes et de techniques pour former les usagers de base, mais nous avons plus ou moins oublié de nous vendre, avec nos capacités techniques de gestionnaires d'une ressource capitale, aux sphères dirigeantes. Avec l'ère de l'information en ligne, qui marque de nouveaux affrontements et de nouveaux enjeux, le moment est venu de viser davantage les résultats stratégiques et de veiller à la formation de ceux qui comptent vraiment, les payeurs.

BIBLIOGRAPHIE

1. _____
Lubans J., ed., *Educating the library user*, London, Bowker, 1974, 435 p.
2. _____
Line M.B., « Thoughts of a non-user, non-educator », in : Fox, P. & Malley, I. eds., *Third International Conference on User Education, University of Edinburgh, 19-22 July, 1983*, Loughborough, Infuse publications, 1983.
3. _____
Lester R., « User education in the online age », in : *Aslib Proceedings*, vol. 36, n° 2, 1984, p. 96-112.
4. _____
« Frost & Sullivan market report », in : *Infotecture*, vol. 29, n° 4, 1983.
5. _____
Rowbottom M.E., Payne A.W. & Cronin B. *The Schools' Information Retrieval (SIR) Projects*, London, British Library, 1983, (LTR Report, n° 15)
6. _____
Janke R.V., « BRS/After Dark: the birth of online self-service », in : *Online*, vol. 7, n° 5, 1983, p. 12-29.
7. _____
Clarke A. & Cronin B., « Expert systems and library/information work », in : *Journal of Librarianship*, vol. 15, n° 4, 1983, p. 277-292.
8. _____
Horowitz G.L. & Bleich H.L., « PAPERCHASE: a computer program to search the medical literature », in : *New England Journal of Medicine*, vol. 305, n° 16, 1981, p. 924-930.
9. _____
« Library & Information Services Council », in : *User education: a discussion paper*, London, Office of Arts & Libraries, 1983, (Unpublished paper).
10. _____
Cabinet Office, *Making a business of information: a survey of new opportunities*, a report of the Information Technology Advisory Panel, London, HMSO, 1983.