



Thématic 2006

Rencontre entre chercheurs et professionnels en Information et Communication

INFORMATION : BESOINS ET USAGES

Coordonné par Sophie Kennel

Actes de la journée d'étude du
17 mars 2006



Université Robert Schuman
Strasbourg

Département Information-Communication

Thémat'IC 2006

Publication de l'IUT ROBERT SCHUMAN

72 rte du Rhin BP 10315

67411 Illkirch cedex

☎ 03.88.67.63.70

☎ 06.88.67.63.26

<http://www-iut-schuman.u-strasbg.fr/>

Directeur de la publication : Joseph Roller

ISSN en cours

© Mars 2007

Retrouvez l'actualité Thémat'IC sur :
<http://infocom.u-strasbg.fr/~thematic/>

Sommaire

Savoirs savants et savoirs professionnels pour une communauté de recherche élargie en Sciences de l'information et de la communication	9
<i>Jean-Michel UTARD</i>	
Introduction à la problématique de la journée	15
<i>Sophie KENNEL</i>	
Le besoin d'information : point de vue de l'utilisateur	19
<i>André REEBER</i>	
La notion de « besoin d'information » dans les archives ouvertes du CNRS (Archivesic)	27
<i>Odile RIONDET</i>	
Le besoin d'information : principes et compétences	39
<i>Brigitte SIMONNOT</i>	
La production journalistique de l'actualité : offre ou besoin ?	57
<i>Véronique COHU</i>	
Besoin d'information et intelligence économique	64
<i>Anne Roffet-FOURNIER</i>	
Les jeunes et le besoin d'information	76
<i>Michèle ARCHAMBAULT</i>	
L'information comme transaction sociale : une relecture sociologique du don/contre-don d'information	91
<i>Philippe ALDRIN</i>	

Les conférenciers

Philippe ALDRIN

Maître de conférences en sociologie
IUT Robert-Schuman de Strasbourg

Michèle ARCHAMBAULT

Professeur documentaliste et Présidente de la FADBEN Alsace
(Fédération des documentalistes de l'éducation nationale)

Véronique COHU

Journaliste multimédia
Dernières Nouvelles d'Alsace

Sophie KENNEL

Professeure certifiée et Directrice des études du département
Information-Communication
IUT Robert Schuman de Strasbourg

André REEBER

Maître de conférence HDR et praticien hospitalier
Laboratoire de Diagnostic Génétique de Strasbourg

Odile RIONDET

Maître de conférences HDR en Sciences de l'information et de la
communication
Université de Haute Alsace

Anne ROFFET-FOURNIER

Chargée de veille à la CCI de Colmar
Déléguée régionale de l'ADBS Alsace

Brigitte SIMONNOT

Maître de conférences en Sciences de l'information et de la
communication
Centre de recherche sur les médiations
Université Paul Verlaine de Metz

Jean-Michel UTARD

Maître de conférences HDR en Sciences de l'information et de la
communication et Chef du département Information-
Communication
IUT Robert Schuman de Strasbourg

Avant-propos

A l'heure de la démultiplication de l'offre d'information et des bouleversements des usages, deux questions se posent aux professionnels de l'information, aux responsables d'entreprises et d'organisations et aux chercheurs :

- > quel usage peut avoir l'utilisateur et l'institution de cette information, et quelle maîtrise est nécessaire ?
- > à quel besoin identifié répond cette offre ? Qu'en est-il du besoin de l'utilisateur et de l'institution en matière d'information ? Faut-il revenir sur ce postulat de l'existence d'un besoin d'information ?

Il convient en tous cas d'interroger le lien entre ces notions de besoin, d'offre et d'usage, à la lumière des changements de pratiques et des recherches récentes.

C'est pourquoi, nous avons souhaité faire se rencontrer, lors d'une journée d'étude, des professionnels de l'information et des chercheurs en sciences humaines et sociales afin de réfléchir ensemble sur l'actualité des enjeux pratiques et théoriques de ces interrogations. Les praticiens sont ceux qui produisent de l'information comme les journalistes, aussi bien que les médiateurs comme les documentalistes qui la mettent à disposition de publics identifiés, ou encore ceux dont la préoccupation est de former ces médiateurs, c'est-à-dire tous ceux qui quotidiennement apportent des réponses à des demandes sociales plus ou moins explicites. Les chercheurs sont ceux qui étudient les dispositifs d'information, les pratiques d'usage, les processus cognitifs, les langages, en vue de donner plus d'intelligibilité à des pratiques sociales aujourd'hui centrales bien qu'inégalement partagées.

Ce lien croisé entre pratique des entreprises et des organisations et théorisation par la recherche correspond à la vocation d'un Institut universitaire de technologie où la formation de



professionnels de l'information exige technicité et réflexivité. Notre ambition, au sein du département Information-Communication de l'IUT Robert Schuman, est ainsi d'initier une dynamique d'échange, de réflexion et de débat à long terme entre les acteurs professionnels et les chercheurs, en nous proposant d'organiser des rencontres annuelles sur différentes problématiques de l'Information-Communication intéressant la pratique des organisations et la recherche scientifique.

Sophie Kennel et Jean-Michel Utard



Savoirs savants et savoirs professionnels pour une communauté de recherche élargie en Sciences de l'information et de la communication

Jean-Michel UTARD

Maître de conférences HDR en Sciences de l'information et de la communication et Chef du département Information-Communication

IUT Robert Schuman de Strasbourg

Cette intervention n'aborde pas directement la thématique de cette journée. Mon rôle est d'exposer le cadre dans lequel nous souhaitons développer une pratique de recherche sous la dénomination *Thémat'IC* aujourd'hui labellisée. En effet, cette journée est pour nous la première d'une série consacrée à la réflexion et à l'échange sur des problématiques d'Information et de Communication. Mais elle se veut aussi un moment d'un travail de recherche qui pourrait se poursuivre dans l'intervalle de ces journées thématiques sous d'autres formes, plus interactives.

> LES IUT ET LA RECHERCHE UNIVERSITAIRE

Bien que créés pour se consacrer dans l'université à la formation technologique et professionnelle, les IUT s'inscrivent pleinement dans une des missions de l'Université qui est de produire de la connaissance. Dans ce sens, il n'est pas question de nous placer dans un espace à part en affirmant qu'il y aurait une pratique de recherche spécifique aux IUT, ni surtout de la réduire à une



activité de « transfert de technologie » pour employer une expression consacrée. Ceux parmi nous qui font de la recherche, de manière permanente ou occasionnelle, et ceux parmi nous qui se préparent aujourd'hui à devenir chercheur, sont des chercheurs de plein droit. Et ceux dont le statut fait de la recherche une dimension importante de leur activité s'inscrivent à part entière dans la communauté scientifique.

Chaque chercheur est membre d'un laboratoire universitaire correspondant à l'orientation de ses recherches, tant il est vrai que la recherche est une pratique collective. Nous nous référons aux concepts, aux théories et aux méthodes des disciplines scientifiques auxquelles nous avons choisi d'appartenir : Sciences de l'information et de la communication, Sociologie, Sciences du langage, Histoire, Informatique, etc. Nous participons aux rencontres nationales et internationales sous forme de colloques, de journées d'étude, de séminaires, parce que le savoir scientifique ne peut s'élaborer que dans l'échange et la controverse, et son autonomie ne peut être garantie que par le contrôle collectif d'une communauté de chercheurs.

Une spécificité fondamentale de la recherche universitaire, qu'il convient cependant de rappeler périodiquement, est le lien entre l'enseignement et la recherche. Former universitairement des générations d'étudiants, c'est leur permettre d'accéder à des connaissances actualisées. Mais c'est aussi - progressivement bien sûr - les amener à se placer en position réflexive dans toutes les dimensions de leur existence : individuelle et sociale, professionnelle et citoyenne. S'il ne s'agit pas de transformer tout le monde en chercheur professionnel, il est indispensable de faire connaître l'existence et le mouvement de la recherche qui permet cette distance.

> PRATIQUE PROFESSIONNELLE ET RECHERCHE ACADÉMIQUE

Une fois réaffirmé qu'il n'y a pas de recherche spécifique aux IUT, on peut se poser quand même la question de ce qui peut être considéré comme un contexte spécifique d'élaboration de programmes de recherche. Pour ma part, je pense que c'est dans leur mission de formation à des pratiques professionnalisées, et donc rationalisées, que se trouve cette spécificité. Ces pratiques ne peuvent se restreindre à la



mobilisation de savoir-faire, à la mise en œuvre de techniques et de procédures, à la maîtrise d'outils. Toute pratique, quelle qu'elle soit, met toujours en jeu des savoirs, qu'ils soient implicites ou explicites, intuitifs ou rationalisés.

Est-il nécessaire cependant, pour exercer un métier, d'explicitier ces savoirs à l'œuvre dans toute pratique professionnelle ? On parle sans consulter en permanence grammaires et dictionnaires, et on fait de la bicyclette sans connaître les lois de la gravitation. La question est donc moins d'opposer la pratique à la théorie que de décider s'il faut ouvrir ces « boîtes noires » qui orientent les pratiques, et si oui à quel moment et dans ce cas jusqu'où faut-il remonter ?

Par exemple, dans un de nos domaines de compétence - la publicité - ce qui fonde les pratiques professionnelles, et qui les légitime, c'est la croyance dans l'influence des messages et des représentations qu'ils véhiculent, et donc dans leur pouvoir de déterminer nos comportements. Cette "croyance" n'est jamais remise en cause, par crainte de désenchanter l'exercice même du métier. Et pourtant, aucune étude un tant soit peu rigoureuse et contrôlée n'a jamais réussi à produire un savoir définitif sur les effets de la publicité. Si l'on observe des variations dans les comportements des consommateurs, rien ne prouve qu'elles soient des effets des messages diffusés. On constate même des variations inverses entre pression publicitaire et comportement d'achat !

Par ailleurs, les discours des professionnels de la publicité se confortent de la référence à des savoirs savants : il s'agit aussi bien de Psychologie que de Sociologie, de Science de gestion que d'Économie, de théorie de la communication que de Linguistique et de Sémiologie. Mais dans l'exercice quotidien des métiers, ces savoirs ne sont jamais mobilisés comme tels. La pratique est intuitive, routinière, mettant en œuvre des procédures éprouvées par l'expérience. Et l'on invoque plus volontiers le talent, la créativité, c'est-à-dire des compétences ineffables qui appartiennent en propre à certains individus et ne peuvent être l'objet d'aucune rationalisation, ni être transmises, et a fortiori ne peuvent être l'objet d'aucune connaissance.

Il faut donc admettre que les savoirs produits par une pratique scientifique de recherche sont d'un autre ordre que ceux produits par une réflexivité sur la pratique professionnelle. On



ne peut pas dire qu'ils soient plus vrais que ceux qui font la preuve de leur efficacité pratique. D'ailleurs il n'y a pas, sur un même objet, une seule théorie : le monde de la science est un univers de concurrence théorique, parfois même un marché. De la même façon, dans le monde professionnel, il n'y a pas une seule réponse pratique à un problème posé. C'est cela même qui alimente la concurrence dans les offres de produits et de services. Entre agences de publicité par exemple, c'est précisément la mise en œuvre de savoirs pratiques concurrents qui fait leur différence, qu'elles n'hésitent pas à appeler leur « philosophie ».

Interroger les savoirs mobilisés dans les pratiques, c'est donc moins poser la question de leur vérité que des conditions de leur production. Dans leur pratique, ceux qui exercent un métier utilisent des connaissances scientifiques, mais s'appuient aussi sur du sens commun. Et par réflexion sur leur pratique, ils produisent des connaissances. Non seulement celles qui servent à la résolution de problèmes pratiques, mais celles aussi qui fondent et légitiment leur pratique. Il est symptomatique par exemple que les publicitaires produisent périodiquement des livres grand public qui exposent les fondements de leur pratique pour en justifier l'utilité sociale. À cet égard, Jacques Séguéla s'est imposé pendant 30 ans comme une marque de fabrique.

De leur côté, les chercheurs « scientifiques » produisent des connaissances qui se matérialisent dans des techniques, mais aussi des savoirs sur les pratiques elles-mêmes. Leur recherche n'est cependant pas initialement guidée par le souci d'apporter des réponses pratiques, ce qu'on appelle bizarrement la recherche appliquée. Elle vise d'abord à produire des généralisations théoriques et conceptuelles dont l'objectif est d'enrichir notre connaissance du monde, de l'homme et de la société. Les phonéticiens des années 1920-30 n'étaient pas déterminés, dans leurs études sur les composants de la voix humaine, par le souci de produire des logiciels de reconnaissance vocale.

> UNE PRATIQUE DE RECHERCHE OUVERTE

Ces réflexions générales conduisent à proposer ce qui pourrait être un programme de recherche à développer dans le cadre des *Thémat'IC*.

a) construire les pratiques professionnelles comme l'« objet » même de la recherche

b) étudier les conditions dans lesquelles se construisent les savoirs de sens commun, les savoirs pratiques et professionnels, les savoirs savants dans les domaines de l'information et de la communication.

c) étudier en termes communicationnels, les modalités de circulation entre ces savoirs (emprunts, appropriation, traduction)

d) interroger les pratiques professionnelles comme des pratiques sociales dont les enjeux sociaux sont une des dimensions (déontologie)

Au-delà des thématiques et des problématiques, ce que nous souhaitons construire est une forme de recherche élargie. Ce n'est pas chose facile. Mais pour le dire de manière ambitieuse, nous souhaiterions construire ensemble une communauté scientifique élargie réunissant « professionnels » et chercheurs.

Les problématiques et les théorisations proposées par la recherche en Sciences humaines et sociales rencontrent un intérêt au-delà de la communauté scientifique. Ces recherches se font aujourd'hui moins critiques, moins surplombantes et donc moins donneuses de leçon. Elles sont plus soucieuses d'être sur le terrain et plus attentives aux discours des acteurs sociaux. Les recherches ethnographiques, par exemple, où le chercheur se mêle aux acteurs sociaux, parfois même dans une attitude d'observation participante, trouve une légitimité scientifique accrue. Les acteurs n'y sont plus de simples sujets d'observation ou de simples "informateurs", mais deviennent des partenaires actifs de la production de savoir. Ce qui ne signifie pas que ces recherches se contentent de décrire et de refléter je ne sais quelle réalité qui préexisterait à son appréhension. Elles construisent des savoirs, élaborent des théorisations à l'écart des enjeux divers qui traversent le corps social. Cette quête permanente d'autonomie est précisément ce qui caractérise la pratique scientifique.

De leur côté, les Sciences de l'Information et de la Communication se détournent des positions critiques et normatives *a priori* pour observer des situations de communication réelles qui mettent en interaction des personnes, des dispositifs, des institutions, des pratiques, etc., dont les savoirs mis en œuvre par ceux qui communiquent sont une dimension essentielle. De ce point de vue d'ailleurs, les catégories normatives se brouillent : les frontières entre l'information et la communication, entre le journalisme et la publicité, entre le marchand et le non marchand, etc. deviennent poreuses. Les pratiques professionnelles s'hybrident. Il ne suffit pas de les dénoncer. Il faut comprendre ce qui se passe, et quelles transformations sociales plus générales déterminent ces changements.

Les notions de « besoin » et d'« usage » interrogées aujourd'hui sont à cet égard largement transversales et intéressent plus d'une pratique d'information et de communication, qu'il s'agisse des médias, des technologies de l'information et de la communication, des réseaux, mais aussi de la communication politique ou de l'enseignement, etc. La question du pouvoir des techniques, des messages, des institutions, des hommes... se reformule en interrogations sur les pratiques sociales d'appropriation par les individus de tout ce qui circule : document, idée, représentation. Cela suppose de s'éloigner des schémas simplistes d'une technologie libérant la diffusion de l'information, ou d'un marché régulant harmonieusement une demande et une offre, ou encore d'une rhétorique manipulatrice des consciences. L'observation de situations diverses, et a priori très éloignées les unes des autres, devrait mettre en évidence la complexité des situations de communication, révéler les interactions entre les différents acteurs qui y sont engagés et mettre au jour les formes de régulation sociales qui s'y exercent, mais aussi qui s'y inventent.

Introduction à la problématique de la journée

Sophie KENNEL

*Professeure certifiée et Directrice des études du département
Information-Communication*

IUT Robert Schuman de Strasbourg

L'ambition d'initier une dynamique de réflexion collective entre chercheurs et praticiens est une évidence pour un institut universitaire de technologie. Notre projet est d'offrir au débat des questions du champ de l'information et de la communication. La variété et l'actualité de ces questions assurera la richesse des Thémat'IC.

En faisant le choix du thème qui nous rassemble aujourd'hui, nous nous inscrivons volontairement dans un espace temporel. La question du besoin d'information est le point originel de ce qui constitue l'objet principal de nos axes d'analyse et d'exercice professionnel, puisque nous sommes tous -ou presque tous- positionnés dans un schéma besoin-offre-usage. En effet, l'assemblée que nous formons aujourd'hui est constituée dans une proportion presque égale de professionnels de l'information et de la communication, de chercheurs et d'étudiants.

Mais notre souhait est bien sûr avant tout d'aborder les questions actuelles ou qui émergent dans le domaine des sciences de l'information et de la communication, ainsi que dans l'analyse de nos pratiques. Aujourd'hui, les mutations profondes et généralisées de la sphère informationnelle nous incitent à aborder la problématique du besoin et de l'usage de l'information avec un regard renouvelé.

> PROBLÉMATIQUE

L'observation de l'offre d'information et des dispositifs élaborés dans les organisations pour en assurer l'accès, mise en regard avec l'usage de cette information, interpelle l'observateur éclairé. Elle le porte à s'interroger sur la relation qui existe, qui peut exister ou qui doit exister entre un besoin d'information, existant conscient ou exprimé, et l'ensemble de ces dispositifs mis en place.

Ceux qui se préoccupent de pratiques en matière de recherche d'information : les chercheurs, les enseignants, les responsables de services ouverts aux usagers, tout comme ceux qui analysent la pertinence de l'offre d'information (professionnels ou chercheurs) et la mise en place de système d'information, articulent leur propos autour de ce besoin.

On connaît d'ailleurs l'évolution des modèles théoriques : depuis le paradigme orienté-système (où les dispositifs et les outils développés et mis en place s'auto-justifient et où on ne tient guère compte de l'usage) au paradigme orienté-usager (où la notion de besoin d'information est omniprésente, en tant que besoin qu'il faut identifier et combler, sans jamais mettre en doute son existence), et jusqu'au paradigme plus récent orienté-acteur (où l'utilisateur devient l'acteur qui construit sa propre information adaptée à son besoin et où la notion de compétence et de culture informationnelle devient prédominante). Ces modèles sont encore contemporains les uns des autres dans les situations d'exercices.

>> Questionnement

Revenons sur le questionnement pragmatique. Le besoin d'information, défini comme cette anomalie de la connaissance ou comme cette nécessité ressentie de combler une déficience constatée d'information tel que défini par Belkin, détermine-t-il l'usage de l'information et en ce sens justifie-t-il l'offre ?

Ou bien fait-on fausse route quand on affirme que l'usage correspond à une activité issue du besoin d'information ? La pratique individuelle ou collective dans la recherche d'information, dans son exploitation, et dans l'appropriation des techniques et méthodes n'est peut-être pas une réponse à un besoin que l'on considère comme forcément existant même si difficile à identifier et exprimer.



Osera-t-on alors aller jusqu'à dire aussi que l'absence d'usage n'est que le signe de l'absence de besoin ? N'est-ce pas l'usage qui engendre le besoin d'information ? Est-ce parce que nous avons Google News en page d'accueil de notre navigateur Web que nous ressentons la nécessité de nous informer sur le monde ? Ou est-ce alors le système qui crée le besoin ? Mais on risque alors de tomber dans le modèle commercial de l'offre génératrice du besoin.

Car il est évident que prétendre à une réflexion sur le besoin d'information ne peut rester pertinent que dans une réflexion plus large. Qu'il s'agisse d'un système d'information personnel ou collectif et organisationnel, volontaire ou prescrit, en situation personnelle ou de travail, il est indispensable de considérer les imbrications entre besoin et usage, compétences et savoirs, offre et pratiques informationnelles.

Et quand nous, spécialiste de l'information et de la communication (documentalistes, chargés de communication, veilleurs, chercheurs), nous posons la question du besoin et des usages de l'information, quel est notre objectif ? Comprendre et évaluer, réfuter, inciter, justifier, éduquer, changer ?

A tous qui êtes là aujourd'hui, avec des questionnements et des motivations diverses, je souhaite des éléments de réponse et surtout des échanges qui vous permettront d'alimenter votre propre réflexion et de construire vos réponses.

>> Champ de débat et programme des échanges

Le champ du débat que nous vous proposons aujourd'hui est vaste. Nous ne nous donnons aucun cadre restrictif car notre journée n'a en aucune manière la prétention de constituer une synthèse de la question. Nos intervenants pourront néanmoins, dans le cadre de leurs communications, limiter leur approche à l'un ou l'autre point de la problématique, choisir un angle d'attaque particulier : le besoin d'information individuel, social, ou institutionnel, en situation personnelle ou de travail, et donc le besoin ou l'usage libre ou prescrit ; une approche plus théorique ou plus empirique dans un contexte local déterminé ou enfin un domaine particulier intéressant notre question.

Ainsi, l'articulation de la journée va nous permettre d'aborder les concepts théoriques du point de vue des sciences de l'information et de la communication ainsi que l'approche

pragmatique des professionnels de l'information. Elle nous permettra également, par des regards croisés avec d'autres domaines connexes, d'aborder la question du besoin et de l'usage de l'information du point de vue du journalisme, de l'intelligence économique ou des sciences dures par exemple.

Le besoin d'information : point de vue de l'utilisateur

André REEBER

*Maître de conférence HDR et praticien hospitalier
Laboratoire de Diagnostic Génétique de Strasbourg*

Tout d'abord, je voudrais remercier les organisateurs de m'avoir invité à participer à cette journée d'étude sur les BESOINS ET LES USAGES DE L'INFORMATION. Je remercie tout aussi bien les organisateurs étudiants que les organisateurs enseignants : par exemple, Marion GAUPP, que je ne connaissais pas avant cette réunion, mais qui avec ses courriels m'a tenu informé de la préparation de la journée ; je pense aussi à Sophie KENNEL qui je crois s'est beaucoup investie dans la préparation de cette journée, et je n'oublie pas dans mes remerciements, Jean-Michel UTARD, chef du Département Information-Communication de cet IUT.

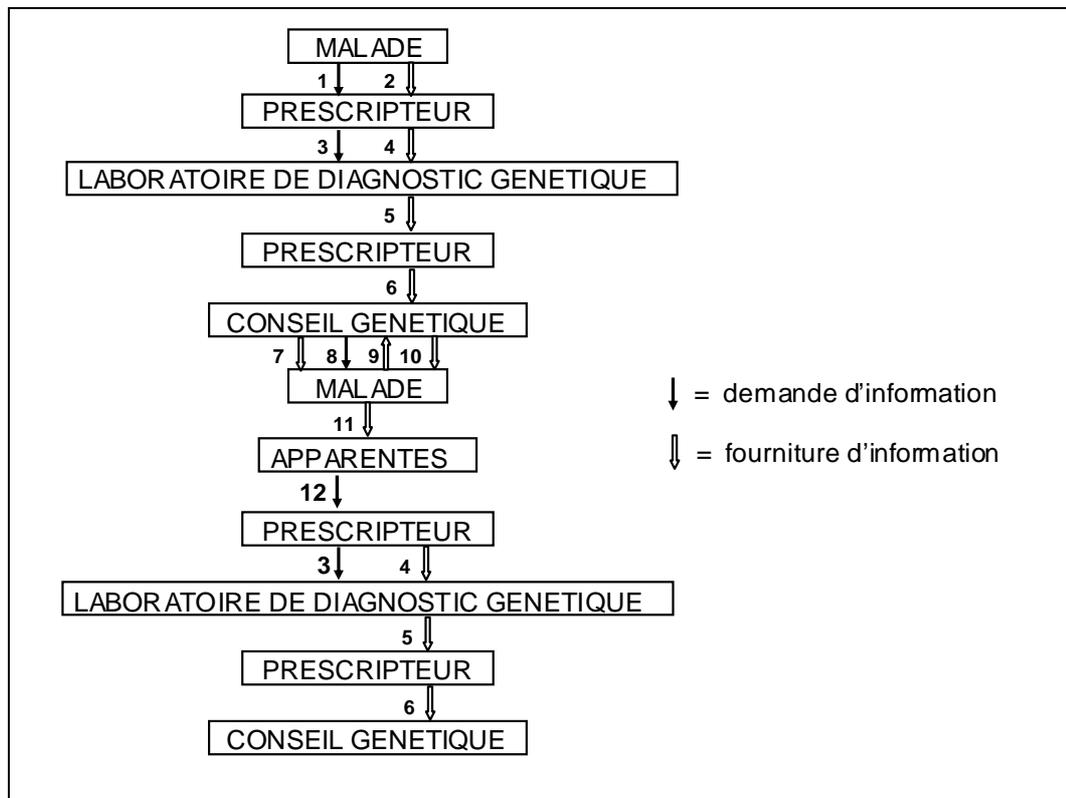
Je dois dire que je n'ai pas longtemps hésité à répondre à cette invitation. Lorsqu'on est invité à une réunion, il y a en général deux motivations qui interviennent, dans la décision d'y aller, ou de ne pas y aller. Ces deux motivations sont : l'intérêt scientifique de la réunion, d'une part, mais aussi, d'autre part, le lieu géographique de la réunion : je veux simplement dire qu'une réunion qui se déroule en hiver au pied des pistes ou en été sous les cocotiers, va être attractive, par l'endroit où elle se déroule, indépendamment de son intérêt scientifique. Ce n'est évidemment pas le charme du campus d'ILLKIRCH qui m'a persuadé de participer à cette journée si j'ai décidé de venir chez vous aujourd'hui, c'est parce que je me suis rapidement rendu compte, en y regardant de plus près, qu'aussi bien le besoin d'Information que l'utilisation de l'information, étaient



omniprésents dans les moindres détails de mon activité professionnelle : Je vais essayer de vous illustrer cette omniprésence tout au long de mon intervention.

Je travaille au Laboratoire de Diagnostic Génétique de la Faculté de Médecine de Strasbourg. Probablement, vous demandez-vous : « Que fait-on exactement dans ce laboratoire ? » Comme son nom le laisse deviner, nous **diagnostiquons** des maladies génétiques, essentiellement par analyse moléculaire de l'ADN de la personne malade. Plus précisément, nous **identifions** des maladies génétiques, nous donnons un **nom** aux maladies génétiques et nous faisons cela pour répondre à une **demande d'information**, demande d'information qui émane d'un prescripteur, mais **demande d'information** qui émane aussi, et **d'abord**, du malade qui a consulté ce prescripteur.

Je vais dans la suite de mon exposé représenter la circulation de l'information à l'aide d'un logigramme (vue n°1) dont la première étape est représentée ici (flèche 1) : c'est la **demande d'information** du malade. Pour ce malade, il est important de donner un **nom** à la pathologie responsable de ses souffrances. Même s'il n'y a pas de thérapie efficace, il vaut mieux connaître le **nom** de sa maladie, plutôt que de s'entendre dire « Madame, Monsieur, je ne sais pas quel est le **nom** de la maladie dont vous souffrez » --- Cette remarque, juste pour souligner l'importance, que prend pour le malade, cette démarche initiale de **demande d'information**. Dans cette première étape, il n'y a d'ailleurs pas seulement **demande d'information** de la part du malade, mais aussi **fourniture d'information** par le malade, représentée par la flèche 2, et qui correspond aux renseignements que le malade donne au prescripteur. Ces renseignements et cette description vont constituer la base du dossier médical du malade.



Vue n° 1

La deuxième étape de mon logigramme est la **demande d'information** du prescripteur (flèche 3) qui en pratique ne fait que répercuter la **demande d'information** du malade. La **demande d'information** du prescripteur est tout aussi importante que celle du malade, car si son hypothèse est exacte, c'est-à-dire si sa suspicion de maladie génétique, est confirmée par notre laboratoire, le malade pourra bénéficier d'un suivi spécifique et surtout de soins adaptés. En même temps qu'il fait cette demande d'information, le prescripteur **fournit de l'information** (flèche 4) en transmettant à notre laboratoire les renseignements qu'il a collectés.

Que se passe-t-il dans la **circulation de l'information**, lorsqu'une maladie génétique suspectée par le prescripteur est avérée par notre laboratoire ?

La réponse du Laboratoire (flèche 5 = **fourniture d'information**) est transmise **exclusivement** au prescripteur : Légalement, nous n'avons en effet le droit de communiquer les résultats de nos investigations **qu'au seul prescripteur**.

Dans le cas où la pathologie suspectée par le prescripteur est avérée, nous orientons le prescripteur et le malade vers une consultation de génétique ou conseil génétique, à qui sont **fournies** (flèche 6) toutes les **informations** (dossier médical et résultat de notre analyse). Au cours de ce conseil, un généticien va présenter en détail (flèche 7 = **fourniture d'information**), la maladie génétique qui vient d'être décelée, il va également parler, et de son évolution, et des thérapies disponibles, et surtout du mode de transmission : mode récessif ou mode dominant.

Le généticien va ensuite demander (flèche 8 = **demande d'information**) au malade de lui préciser, de façon très détaillée, la composition de sa famille :

1. a-t-il des frères et sœurs ?
2. si oui, sont-ils mariés et ont-ils des enfants ?
3. lui-même a-t-il des enfants ?
4. ces enfants sont-ils mariés ?
5. a-t-il des petits enfants ?
6. ses ascendants, c'est-à-dire ses parents, ses grands parents, voire ses arrière grands parents sont ils encore vivants ?
7. ont-ils des frères et sœurs ?
8. y a t il eu dans sa famille des personnes qui se sont remariées ?
9. y a-t-il dans sa famille des couples consanguins ?
10. quels ont les maladies graves connues dans la famille ?

A l'aide de toutes ces **informations fournies** par le malade (flèche 9), le généticien va établir un arbre généalogique sur lequel il va préciser au malade (flèche 10 = **fourniture d'information**), pour chacune des personnes, les risques qu'elle a de contracter la maladie, ou de transmettre la maladie.

Cela fait déjà quelques minutes que je n'ai plus utilisé les expressions « besoins d'information » ou « usages de l'information », mais je pense que vous êtes tous convaincus, que dans la démarche du généticien que je viens de décrire, il y a évidemment un **important flux d'Information**, que ce soit en **demande d'Information** (flèches pleines : 1, 3 et 8) lorsque le



généticien se renseigne sur la composition de la famille, ou lorsque le malade demande des précisions sur la maladie, son évolution ou son mode de transmission.

Il y a également un **important flux d'information** en **fourniture d'information**, représenté par les flèches creuses (2, 4, 5, 6, 7, 9 et 10) lorsque le malade présente la composition de sa famille ou lorsque le généticien présente la maladie et son mode de transmission.

L'étape suivante va être cruciale pour les apparentés à risque que le généticien vient de désigner sur l'arbre généalogique, car le généticien va maintenant demander au malade de contacter (flèche 11 = **fourniture d'information**) ces personnes à risque, pour leur proposer un conseil génétique.

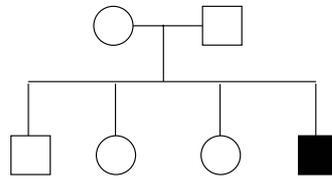
Si je dis que cette étape va être cruciale, c'est parce que rien n'oblige légalement le malade à prévenir les apparentés à risque. Et même si le malade prévient ces personnes, rien n'oblige légalement ces personnes à demander (flèche 12 = **demande d'information**) à leur tour un passage devant un conseil génétique.

Ces blocages de la **circulation de l'information**, sont particulièrement fréquents lorsque la maladie génétique envisagée se traduit par un retard mental : on entendra par exemple les frères et sœurs de la personne atteinte parler du « simplet » de la famille, alors que c'est **lui** qui les a prévenus, et que c'est quand même **grâce à lui** que la maladie a été détectée dans la famille ! Les frères et sœurs du « simplet », même s'ils ne présentent pas les mêmes signes que lui, feraient bien quand même de suivre les conseils du « simplet » et de consulter le généticien, qui ensuite demandera à notre laboratoire l'analyse moléculaire d'ADN, qui permettra de savoir si oui ou non, ils sont porteurs sains, c'est-à-dire transmetteurs potentiels de la maladie qui vient d'être mise en évidence dans la famille.

Après ces généralités, qui ont peut-être été un peu abstraites pour vous, je vais maintenant vous présenter quelques cas concrets.

Dans ces exemples, les hommes sont représentés par des carrés et les femmes par des ronds. Le trait horizontal unissant

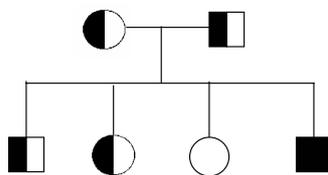
l'homme et la femme, représente un projet parental et leur descendance est représentée à l'étage en dessous.



Vue n° 2

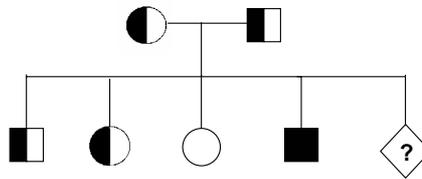
Dans le premier exemple (vue n°2), le couple a eu après trois enfants sains, un quatrième enfant atteint d'une maladie génétique qui a pu être identifiée après leur demande de diagnostic. La survenue de cette maladie génétique, pose le problème du statut génétique des parents et des trois enfants qui ne présentent pas les symptômes de la maladie. La situation décrite ici correspond à une maladie récessive dont le gène est localisé sur un chromosome non sexuel, et dans ce cas les parents sont en principe ce que l'on appelle des porteurs sains, c'est-à-dire qu'ils ne présentent pas les symptômes de la maladie, mais qu'ils sont des transmetteurs potentiels de la maladie.

Mais qu'en est-il (vue n°3) des trois premiers enfants de ce couple ? Statistiquement, il y a pour ce type de maladie récessive, et pour une fratrie de quatre enfants, deux enfants porteurs sains, un enfant pour lequel la maladie génétique a été éradiquée et un enfant atteint.



Vue n° 3

La vue n° 4 illustre une cinquième grossesse pour ce couple.

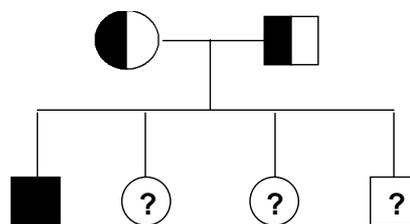


Vue n° 4

Le fœtus a une chance sur quatre d'être atteint. La mise en évidence de la maladie dans la famille et la confirmation du statut de porteur sain des deux parents, permet de leur proposer un diagnostic prénatal afin de connaître le statut génétique du fœtus, et s'ils le désirent, une interruption thérapeutique de grossesse. L'encadrement légal de cette démarche est très strict et respecte scrupuleusement la liberté de l'individu.

La vue n°5 concerne un autre cas, celui d'une maladie génétique présente à la naissance, mais dont les signes ne vont apparaître que bien plus tard. Après l'apparition des signes et l'identification de la maladie chez l'aîné de la fratrie et la caractérisation du statut des parents, se pose la question « Faut-il informer le reste de la famille ? ». C'est toute la problématique du diagnostic pré-symptomatique.

Diagnostic Pré symptomatique



Vue n° 5

Si on informe, se posera pour chaque membre de la famille la question de savoir s'il veut connaître ou non, son statut génétique, avec l'éventualité soit de le rassurer s'il n'est pas

atteint, soit de lui annoncer qu'il est atteint et que la maladie ne se manifesterait qu'ultérieurement. La question « Faut-il informer le reste de la famille ? », prend, dans cette deuxième éventualité, tout son sens et devient :

« Avait-on le droit de perturber la vie de quelqu'un qui vivait tranquillement, en l'exposant au risque de l'annonce de la présence de la maladie ? ».

Si on ne l'informe pas, on prend, par contre, le risque, dans cette deuxième éventualité, de perdre par exemple le bénéfice d'un éventuel diagnostic prénatal. Il en va de même dans une troisième éventualité où le résultat de la détermination du statut génétique met en évidence un statut de porteur sain.

La question « Faut-il informer le reste de la famille ? » va en fait devenir une question d'éthique, à laquelle on répondra au cas par cas, selon la gravité de la pathologie concernée, en tenant compte dans la mesure du possible de la fragilité psychologique estimée de chacun, et en essayant de préserver tant que possible l'équilibre de la famille et la liberté individuelle de chacun.

Je n'ai pas cherché à être exhaustif dans mon intervention : j'aurais par exemple également pu parler de la confidentialité qui caractérise tout dossier médical, et qui a évidemment un impact énorme sur la circulation de l'information lors d'un diagnostic génétique. Je n'ai pas parlé non plus de la traçabilité, qui est une exigence à laquelle nous sommes astreints légalement et qui, elle aussi, bien sûr, affecte énormément la circulation de l'information dans notre activité.

Voilà, j'espère qu'avec mon vocabulaire qui n'est probablement pas celui de la communication en entreprise, je me suis quand même fait comprendre à l'aide de quelques exemples que j'ai choisis, et j'espère aussi que j'ai réussi à vous convaincre de l'importance de la circulation de l'information dans la démarche complexe mise en place lors du diagnostic des maladies génétiques.

La notion de « besoin d'information » dans les archives ouvertes du CNRS (Archivesic)

Odile RIONDET

*Maître de conférences HDR en Sciences de l'information et de la
communication*

Université de Haute Alsace

Nos besoins sont des exigences nées de la nature ou de la vie sociale. Nous avons besoin de nourriture autant que d'affection, de reconnaissances, de tabac ou d'argent... Nos besoins peuvent être nos faims, nos désirs, nos exigences, nos envies, nos impulsions, notre nécessité, notre soif. Nos besoins naissent d'un sentiment de manque, sentiment en bonne partie subjectif. Nous pouvons alors simplement désirer leur accomplissement, ou bien le réclamer, l'exiger. Nous pouvons vivre dans la dépendance de leur réalisation. Les tentatives de classement des « besoins » humains en niveaux (en général 3) manifeste une évidente difficulté à constituer des classes homogènes, et même à préciser ce que l'on estime être un « besoin essentiel ».

Le besoin d'information, comme tout autre besoin, vit logiquement de cette dualité entre le nécessaire et le superflu, l'objectivité et la subjectivité du manque. C'est cet espace que la recherche doit creuser, face à l'affirmation que nous vivons dans une « société de l'information ».

> MÉTHODE DE TRAVAIL

Archivesic est le site d'archives ouvertes du CNRS, dans lequel les chercheurs en Sciences de l'information et de la communication (SIC) déposent leurs prépublications, les



premières versions des textes de colloques ou un exemplaire des textes définitifs parus dans telle revue ou à l'occasion d'un congrès. Parfois une réflexion gratuite, qui ne correspond à aucune occasion d'expression. Chaque texte est reçu par deux lecteurs, qui décident ou pas de la mise en ligne. Ce mode de publication n'attire pas tous les chercheurs. C'est pourquoi *Archivesic* est un site qui ne représente pas la totalité de la recherche française en SIC. Il y a aussi la publication des congrès de la Société française des sciences de l'information et de la communication (SFSIC), et un certain nombre de revues en information et communication. Mais dans le cadre de cet exposé, il n'était évidemment pas possible de tout dépouiller. Or, *Archivesic* présente malgré tout plusieurs avantages : la communication y est présente comme l'information, les textes sont récents, et il n'y a pas, comme dans un congrès, une thématique a priori qui sélectionne les textes présentés. On peut donc considérer que, malgré tout, le site est une des ressources qui permettent de se rendre compte des publications en SIC dans le domaine francophone.

Il était évidemment impossible de lire, voire même de passer en revue les résumés des 671 documents répartis en 1299 entrées. Et encore moins de faire la même chose avec les Habilitations à diriger les recherches, thèses ou mémoires d'étudiants également en ligne dans *Memsic*. Le plus simple était donc de commencer par analyser le cadre général de la classification, puis de lancer une recherche par le plein texte des mots-clefs et des résumés d'articles. Ce qui devait permettre de situer où se trouvent classés les articles qui parlent de besoin d'information. La classification est effectuée par les auteurs eux-mêmes. Cela donne donc une autre indication : quels sont les auteurs qui choisissent les vocables « besoin d'information » ou « besoin informationnel » pour désigner le contenu de leurs réflexions ?

Rappelons que le site propose 21 domaines de recherche. Les intitulés semblent parfois plus proches des préoccupations de la communication (espace public, médias de masse), d'autres fois des thèmes de l'information (bibliométrie, droit de l'information). Mais les thèmes proposés correspondent assez bien au panorama proposé par la section CNU de la 71^{ème} section : la communication est expression (arts, cinéma, esthétique), a une dimension économique (entre autres avec la notion d'industries culturelles, mais aussi avec l'évolution de

l'édition), politique (par exemple les technologies sont un élément de structuration des collectivités territoriales), sociologique (l'information et la communication dans les organisations), culturelle (les musées, la culture scientifique et technique, l'éducation), d'ingénierie (ingénierie des systèmes d'information, hypermédia). Et enfin, il est indispensable qu'une discipline prenne le temps de se réfléchir : elle a son histoire, son épistémologie, sa philosophie.

C'est dans cet ensemble que deux termes d'interrogation ont été tentés dans les résumés et mots-clés : « besoin » et « demande » (d'information). Les termes « demande + information » n'ont rien apporté : sur 15 enregistrements, la moitié n'était pas pertinente, l'autre moitié a été récupérée avec « besoin + information ». Seul un texte était à la fois utile et non répertorié autrement : *Demand for scientific articles and citations* de Jean-Michel Salaün, T. Lafouge et C. Boukacem, article de 2000 sur les demandes d'articles à l'INIST. Le passage par « besoin + information » a été par contre beaucoup plus efficace. Sur 32 enregistrements, 5 seulement n'étaient pas pertinents. En recherchant simplement par le mot « besoin », on a récupéré 52 articles dont 22 non pertinents. Il en restait donc 30 pertinents, dont 27 étaient ceux sélectionnés par « besoin+information » et 3 supplémentaires.

On peut donc en déduire que l'expression « demande d'information » ne correspond pas à une thématique, alors que « besoin d'information » en est une, et utilisée comme telle dans les mots-clefs et résumés des chercheurs. C'est donc sur ce corpus de 31 documents (les 27 de « besoin information », les 3 récupérés par « besoin » et 1 récupéré par « demande information ») que nous allons travailler. Le travail s'est ensuite simplement appliqué à tenter une catégorisation de ces 31 documents à partir des résumés.

> UNE TYPOLOGIE DES CONTEXTES D'APPARITION DE LA NOTION

>> Besoin d'information et veille : qui a besoin d'information ?

La veille est l'une des rubriques du site dans lesquelles on va retrouver les articles sélectionnés. Et c'est logique : instaurer un



système de veille présuppose un « besoin d'information », couplé parfois dans les descripteurs choisis par l'auteur avec « besoin décisionnel ». Mais qui a besoin d'information dans un système de veille ?

On peut penser qu'il s'agit de l'agent chargé de la veille. Un agent que l'on voudrait bien pouvoir modéliser pour mieux répondre à ses processus de recherche (1). Il faut prendre en compte les besoins des utilisateurs des logiciels de veille dès leur conception, car les outils sont extrêmement nombreux, mais pas toujours utilisables. Le problème n'est pas qu'il n'y a pas assez d'outils de veille, mais qu'il faut sélectionner celui qui sera le plus adapté aux utilisateurs. Le rôle du documentaliste peut être dans ce relais entre les praticiens de la veille (qui peuvent être des chercheurs) et les fournisseurs de logiciels : par leur connaissance du marché, ils peuvent aider au choix des outils (4).

Mais l'utilisateur n'est pas forcément la personne. Les entreprises ont leurs caractéristiques : elles ont leurs besoins, en fonction de leur spécialité. Celui qui effectue la veille le fait dans un cadre, dans une histoire, dans une intention qui n'est pas seulement la sienne. C'est donc par rapport aux besoins des entreprises que le logiciel doit être évalué (20). Ou, plus largement, les besoins des organisations, car les collectivités territoriales peuvent aussi être commanditaires. L'entreprise et les régions sont des acteurs qui ont des actions communes et parfois concertées. Les compétences acquises par les unes (les entreprises par exemple pour la veille) peuvent aider à créer une dynamique régionale (21). C'est ce lien entre collectivités territoriales et entreprises, construit dans une visée commune de développement et d'identité, à partir d'une analyse des besoins d'informations nécessaires, que l'on appelle « intelligence territoriale » (22).

Ainsi, peut-on parler innocemment de besoin d'information sans demander immédiatement : mais les besoins de qui ? de quels acteurs individuels ou collectifs ? Les acteurs intervenant dans la veille peuvent être anciens ou nouveaux : collecteurs de données, archivistes, analyste, indexeur, consultant en management de l'information (23). Et l'on devrait surtout parler de besoins emboîtés, ceux des individus pouvant être ordonnés à

ceux des organisations qui les emploient, voire à un contexte de travail plus large encore.

>> Besoin lié au statut, au profil, à la tâche

Que signifie avoir besoin d'information ? Tant que l'expression reste vague, elle n'est qu'un slogan (par exemple : « nous avons besoin de plus en plus d'information dans nos sociétés modernes »), elle ne signifie rien. Pour les chercheurs, le besoin d'information est lié à une tâche. Un utilisateur ne va pas avoir besoin toujours et également de toutes les parties d'un document. Il est donc nécessaire qu'il puisse les identifier. On va appeler « unités documentaires » les sous-ensembles de la structure et la décrire pour permettre les sélections (5). Connaître la diversité des besoins de l'utilisateur entraîne donc à mettre en place des outils linguistiques : élaboration d'ontologies et de thésaurus, text mining (10)... Et ces outils de description *a priori* impliquent une standardisation en amont avec l'émergence de normes pour traiter les documents numériques déjà acquis, une standardisation en aval, orientée vers l'intégration des connaissances et les projets collaboratifs (15). Il faut se donner des modèles pour décrire des objets d'informations aussi variés que les images fixes ou animées, les textes. C'est un des aspects de l'ergonomie (24).

On peut aussi se donner des modèles d'utilisateur, les répartir par profil. Les acteurs d'une institution seront classés en fonction de leurs activités et des métiers associés. On essaye alors de personnaliser les réponses du système, la conception de l'entrepôt de données étant fonction de ces profils (26). Et on tente de faire correspondre à ces profils d'utilisateurs des ressources, car de fait plusieurs systèmes d'information spécialisés selon les besoins des utilisateurs cohabitent dans une organisation : systèmes d'information scientifique, stratégique, décisionnel. On met à disposition des informations synthétiques, des indicateurs, des tableaux de bord, du suivi de prévision (27).

>> Besoin et demande

Dans quelle mesure peut-on considérer comme synonymes *besoin* et *demande* ? On peut bien entendu parler des « nouveaux besoins » des utilisateurs des bibliothèques (3), mais ces *besoins* sont-ils tous clairement lisibles dans leur *demande* explicite ? Les chercheurs, pour réfléchir sur cette question,



disposent avec l'informatisation de moyens nouveaux. L'accès aux ressources électroniques laisse des traces : comment les utiliser pour mieux connaître les besoins des utilisateurs (7) ? Des travaux divers tentent de cerner les usages dans les lieux culturels comme les bibliothèques ou les musées. Par exemple, en matière de livres électroniques, on s'interroge sur les supports et les contenus les mieux adaptés aux lecteurs des BU, on repère les usages précis, les outils privilégiés, les fonctionnalités logicielles préférées (16). On peut faire des enquêtes sur les utilisateurs de l'information dans un contexte patrimonial, repérer les usagers des musées virtuels, augurer de publics potentiels (29). Et ceci d'autant plus dans un contexte d'évolution de l'offre. Car les institutions concernées sont touchées profondément par l'avancée du numérique, de plus en plus de ressources existant exclusivement sous cette forme (25). L'idée sous-jacente à toutes ces recherches est celle-ci : un utilisateur formalisera une *demande*, l'explicitera, mais son usage réel (son *besoin*) ne correspondra pas forcément à ce qu'il a formalisé. La rencontre de l'information et du besoin implique donc un travail d'interprétation et de décryptage, un dialogue, un ajustement.

Or, il y a deux grands moyens de prendre en compte l'utilisateur : l'aide à la construction de parcours de recherche d'un côté, de l'autre côté la pré-calibration de sa recherche en fonction d'un profil estimé. Après un temps où l'on travaillait surtout sur les profils estimés, on cherche aujourd'hui plutôt à aider aux parcours de recherche. De fait certains produits logiciels peuvent y répondre (14). Ce changement de la proposition est dû en partie au fait que les utilisateurs sont de plus en plus formés, qu'ils sont même parfois eux-mêmes des professionnels bons utilisateurs des TIC : bibliothécaires, informaticiens, par exemple, sont à la fois utilisateurs et producteurs (9). Mais le changement de proposition est dû aussi à un changement de regard sur l'utilisateur. Il est celui qui, en dernier ressort, confirmera la pertinence d'une information, pertinence qui ne se définit que dans sa cohérence propre et non dans quelque fiabilité de l'information, externe à sa problématique (30). L'utilisateur est celui qui maîtrise la décision finale, l'intention de la recherche. La recherche d'information implique toujours une dimension à la fois de tradition et de surprise, comme le montre la comparaison entre

l'index de citations et les revues les plus demandées de l'INIST. Si certains secteurs présentent une forte corrélation entre demande et index de citation (médecine, pharmacie, biologie, chimie), ce n'est pas vrai en physique (31). La recherche vit à la fois de la confirmation d'informations venues de canaux éprouvés et de la découverte d'informations saisies par des canaux moins habituels ou informels.

>> Dualité du besoin, ambiguïté de l'offre

Ce dernier exemple nous fait entrer de plein pied dans une interrogation : quelle est la relation d'un chercheur à une revue scientifique ? Les chercheurs souhaitent publier dans une revue qui bénéficie d'un haut facteur d'impact, mais ne lisent pas forcément celles-ci (6). Ils veulent des résultats correspondant à leurs attentes, et en même temps sont demandeurs d'outils qui leur permettent de découvrir des thématiques à la frontière de leur domaine. Certains logiciels favorisent d'ailleurs ce mode de recherche (19). Un besoin d'information n'est jamais stable du début à la fin, son expression se modifiera dans le temps. Il est aussi double, comme le désir qui le porte. Parallèlement, la volonté exprimée de répondre au besoin d'information peut être considérée comme ambiguë. Ceux qui, à travers leurs modèles, leurs profils d'utilisateurs, pensaient avoir répondu aux besoins d'information, se retrouvent face à eux-mêmes : peut-être souhaitaient-ils se donner à eux-mêmes une description de l'utilisateur qui ne les déborde pas, qui leur permette d'éprouver un sentiment de maîtrise du processus ou de démontrer combien leur technique est utile (12).

La préoccupation se déplace alors de l'accès à l'information à son interprétation. Répondre au besoin d'information, ce n'est pas répondre techniquement à une première expression telle qu'elle est littéralement exprimée. C'est permettre une appropriation, permettre de trouver du sens. S'intéresser à la dimension cognitive de la relation de l'utilisateur à l'information. L'un des rares articles issus des analyses télévisuelles et comportant l'idée de besoin d'information prend ce parti.

Comment l'utilisateur traite-t-il l'information quand il la reçoit ? Par exemple, quel travail font les téléspectateurs des événements du 11 septembre ? Quelle partie de la mémoire fonctionne ? Quelle est la part de l'affectif, du cognitif, de la co-construction sociale (11) ? Mais on peut aussi voir la demande d'information

dans sa dimension dialogique. On peut tenter de la décrire à partir du dialogue humain entre deux personnes, avec des phases d'adhésion, de reformulation, de mémorisation (17). Or, tout dialogue donne parfois lieu à des quiproquos, des interprétations erronées. Peut-être alors les propositions logicielles devraient-elles aider à la définition de sujets ou de thématiques de recherche (18).

La question du besoin d'information est rarement traitée par les analystes des médias. Il est possible cependant que la question évolue. Car progressivement, tous les médias s'informatisent, proposent des versions numériques. Les médias dits « classiques » évoluent dans diverses directions : adaptation des contenus habituels, apparition de genres d'expression nouveaux. Les groupes de presse traditionnels sont en concurrence avec les portails, mais aussi avec une floraison d'organisations (entreprises ou institutions, collectivités locales, industriels des télécommunications) et de métiers (spécialistes de la veille, publicitaires, technologues...). L'information journalistique serait-elle la première victime de la société qui porte son nom, disparaissant pour une recherche d'information uniquement ponctuelle et servie par des acteurs non journalistes (28) ? Ainsi, il semble bien que la thématique du « besoin d'information » ait été portée prioritairement jusque là par des secteurs d'activité précis (bibliothèque, intelligence territoriale ou d'entreprise, offreurs de logiciels et de produits numériques). Mais sous une autre forme peut-être, avec d'autres termes vraisemblablement, les analystes des médias pourraient s'emparer de la question.

> AUTOCRITIQUE

Cette dernière remarque ouvre la porte à nos conclusions, qui ne seront ici qu'une autocritique de la méthode employée pour envisager d'autres pistes de travail. La recherche par les mots-clés dans les résumés et les descripteurs proposés par les auteurs a donné ce qu'elle pouvait. Mais elle n'a pu donner que ce qu'elle pouvait. Qui nous dit que la notion de « besoin d'information » telle que nous l'avons maintenant définie, avec ses ambiguïtés, sa part cognitive et sa dimension dialogique, n'existe pas dans d'autres textes ? Ce serait parfaitement possible. Et un rapide coup d'œil sur les quelques autres 1268

entrées du site renforce cette interrogation. Un article sur *l'éthique du journalisme, la réception d'une campagne de sensibilisation sur la santé publique*, le travail journalistique au moment de *la guerre en Irak* ou *la réception de la publicité* parlent forcément du récepteur, et sans doute de ses attentes. Nous pourrions rattacher ces préoccupations à l'analyse du besoin d'information. Nous ne pouvons aujourd'hui qu'évaluer l'immensité de ce silence.

> BIBLIOGRAPHIE

- 1 Système d'intelligence économique et paramètres sur l'utilisateur : application à un entrepôt de publications.
Babajide Afolabi et Odile Thiery. Article, Systèmes d'informations élaborés, Ile Rousse. 17 juin 2005.
- 2 L'apport de l'IE dans la résolution d'un problème décisionnel dans le domaine de l'architecture.
Marie-France Ango-Obiang. Article, colloque vsst 2006. 30 janvier 2006.
- 3 Which librarians for tomorrow ?
Marie Pascale Baligand et Anne Laure Achard. Communication, EURASLIC 11 Open Waters - Open Sources 11th Biennial Conference of the European Association of Aquatic Sciences Libraries and Information Centres 4-6th May 2005, Split, Croatia. 20 novembre 2005.
- 4 Quels outils pour la veille scientifique au Cemagref ?
Marie Pascale Baligand, Agnès Dao, Carole Giansily, Amanda Regolini et Odile Hologne. Communication, Euraslic, Brest, 14-18 Octobre 2001. 14 octobre 2001.
- 5 Caractérisation et découpage de textes scientifiques pour la construction de systèmes de requête personnalisés.
Nabil Ben Abdallah, Christine Michel et Sylvie Lainé-Cruzel. Article, Journées Scientifiques et Techniques du réseau Francil de l'AUPELF-UREF « L'ingénierie de la langue : de la recherche au produit ». Avignon, 15-16 avril 1997. 15 avril 1997.
- 6 Besoins de la recherche et reconnaissance des chercheurs : Quelles relations ?
Chérifa Boukacem. Article, CISI 1999. 01 décembre 1998. Soumis à évaluation.
- 7 Statistiques d'utilisation des ressources électroniques : le projet COUNTER.

- Chérifa Boukacem et Joachim Schöpfel. Article, Bulletin des Bibliothèques de France . 50(4):62-66. 06 juin 2005.
- 8 les specificites du web : un obstacle a son exploitation ?.
Peggy Cadel et Eric Boutin. Communication, L'information numérique et les enjeux de la société de l'Information -ISD Tunis 14 au 16 avril 2005. 24 avril 2005.
 - 9 Fant-AS-STIC «Les temps du document numérique», AS-95 - RTP DOC STIC CNRS - Rapport d'activités.
Sylvie Calabretto, Geneviève Lallich-Boidin et Florence Sedes. Communication. 01 juin 2004.
 - 10 Corpus et terminologie, AS-34 ASSTICOT - RTP DOC STIC CNRS - Rapport d'activités.
Anne Condamines et Nathalie Aussenac-Gilles. Communication. 01 juillet 2003.
 - 11 Réception des images d'une catastrophe en direct à la télévision : Etude qualitative des réactions provoquées par les attentats du 11 septembre 2001 aux Etats-Unis au travers du rappel de téléspectateurs français.
Didier Courbet et Marie-Pierre Fourquet-Courbet. Article, European Review of Applied Psychology . 53(1):21-41. 02 juillet 2003.
 - 12 Rationalisation et légitimation des TIC : la place du sujet.
Christine Defuans et Marin Ledun. Article, Première conférence internationale francophone des Sciences de l'information et de la communication (CIFSIC) - "Supports, dispositifs et discours à l'heure de l'internationalisation". 28 juin -2 juillet 2003 - Bucarest. 08 juillet 2003.
 - 13 Plaidoyer pour un réseau d'inventaires des résultats de la recherche.
Jacques Ducloy. Communication, Colloque VSST 2004 Toulouse. 25 octobre 2004.
 - 14 Vers des Systèmes de Découverte et de Filtrage d'Information Documentaire : Quelle Stratégie Faut-il Mettre en Place?.
Laurence Favier et Madjid Ihadjadene. Communication, Canadian Association for Information Science Proceedings of the 28th Annual Conference. 18 juin 2000.
 - 15 Normes et standards dans le processus de traitement du document numérique en biologie moléculaire.
Gabriel Gallezot, Franck Samson, Véronique Brunaud, Shahinaz Gas et Philippe Bessières. Article, Solaris(6). 01 janvier 2000.
 - 16 Les livres électroniques dans les universités : Auront-ils une place privilégiée? Sous quelle forme?.

- Zeïneb Gharbi. Communication, Colloque Publications et lectures numériques : problématiques et enjeux. 14 mai 2002.
- 17 Attempt on the elaboration of good expression principles for information retrieval problem.
Stéphane Gorla, Amos David, Jean Claude Derniame et Philippe Geffroy. Article, 8th World Multiconference on Systemics, Cybernetics and Informatics - SCI 2004. (Orlando, USA) . XV:306-310. 01 juillet 2004.
- 18 Hyperspectre, un outil d'aide à la définition des problématiques d'Intelligence Economique.
Stéphane Gorla et Philippe Geffroy. Article, 7ème Forum Européen Intelligence Economique : Entre concurrence et coopération. 03 décembre 2004.
- 19 HENOCH, un outil d'analyse de corpus d'information scientifique et technique.
Luc Grivel. Article, L'information scientifique et technique et l'outil Internet, N° spécial du Microbulletin thématique du CNRS. 19 juin 1999.
- 20 Analyse en ligne de l'information : une approche permettant l'extraction d'informations stratégiques basée sur la construction de composants de connaissance.
Luc Grivel, Sylvie Guillemin-Lanne, Pascal Coupet et Charles Huot. Article, Veille Stratégique Scientifique & Technologique. 19 octobre 2001.
- 21 Mutualisation et intelligence territoriale.
Philippe Herbaux et Yann Bertacchini. Article, International Journal of Info & Com Sciences for Decision Making(9):1-9. 02 juillet 2003.
- 22 L'interaction acteur - système d'information au coeur de la dynamique d'un dispositif d'intelligence territoriale.
Audrey Knauf. Article, ISDM(22). 15 décembre 2005.
- 23 Vers une meilleure caractérisation des rôles et compétences de l'infomédiaire dans le processus d'intelligence économique.
Audrey Knauf et Amos David. Article, VSST 2004. 20 octobre 2004.
- 24 Ordre, agrégation et répétition : des paramètres fondamentaux dans les comparaisons d'objets informationnels.
Christine Michel. Article, Actes du congrès de la SFBA (Société Française de Biliométrie Appliquée) « Les système d'information élaborée » , 14-18 octobre 2002, Ile Rousse. 14 octobre 2002.

- 25 Les bibliothèques publiques et l'enjeu de la diffusion des contenus numériques.
Jean Payeur. Communication, Colloque Publications et lectures numériques : problématiques et enjeux. 14 mai 2002.
- 26 Modélisation des acteurs et des Modélisation des acteurs et des ressources : application au contexte d'un SIS universitaire.
Frédérique Peguiron et Odile Thiery. Communication, Conférence "ISKO-France", 28-29 avril 2005. 27 avril 2005.
- 27 Modéliser l'acteur dans le système d'information stratégique d'une université.
Frédérique Peguiron et Odile Thiery. Article, VSST 2004, 25-29 Octobre 2004, Toulouse. 26 octobre 2004.
- 28 L'information en-ligne : un nouveau paradigme pour la médiation journalistique ?.
Nicolas Pélissier. Communication, NTIC et pratiques de situations de communication, III^o colloque du CRIC, Montpellier, 30 novembre-1^o décembre 2001. 01 septembre 2002.
- 29 Projet DigiCulture : pour un portrait des usages et des usagers des ressources culturelles numériques canadiennes.
Stéphanie Pouchot, Suzanne Bertrand-Gastaldy, Michelle Gauthier, Pierrette Bergeron et James Turner. Article, Colloque International ISD, "L'information numérique et les enjeux de la société de l'information". 01 mars 2005.
- 30 De la pertinence à l'utilité en recherche d'information : le cas du Web.
Brigitte Simonnot. Communication, Recherches récentes en Sciences de l'information - convergences et dynamiques, actes du colloque international MICS-LERASS, Toulouse ; ADBS Éditions, collection Sciences de l'information, série Recherches et Documents, Paris, 2002:393-410. 22 mars 2002.
- 31 Demand for scientific articles and citations.
Jean-Michel Salaün, Thierry Lafouge et Chérifa Boukacem. Article, Scientometrics . 47(3):561-588. 01 octobre 2000.

Le besoin d'information : principes et compétences

Brigitte SIMONNOT

Maître de conférences

Centre de recherche sur les médiations

Université Paul Verlaine de Metz

Depuis les années 1970, les travaux scientifiques sur le besoin d'information se sont développés dans des domaines d'application différents. De nombreuses études sur les besoins d'information dans des domaines spécialisés - médecine, droit, tourisme, marketing, finances, etc. - ont été publiées dans des revues de ces champs. Faire un état de la littérature sur le sujet est donc un véritable défi. Les publications dans les revues en sciences de l'information portent en général sur des modèles généraux et des études empiriques dans le domaine des bibliothèques et centres de documentation. Ce sont sur ces publications, principalement anglo-saxonnes que s'appuie cette communication. Dans un premier temps, nous tenterons de définir le concept de besoin d'information, en analyserons les différentes approches et les objectifs de ces recherches. Nous nous intéresserons ensuite au traitement du besoin d'information. En quoi les études sur le besoin d'information font-elles avancer la science? Nous verrons que ces études peuvent avoir un impact direct sur l'amélioration des aides à la recherche et sur les formations à la recherche d'information. Dans un troisième temps, nous évoquerons les compétences identifiées dans le domaine, et le comportement informationnel qui en résulte, à l'ère de l'utilisation massive d'outils de recherche en ligne.

> LE BESOIN D'INFORMATION : L'INCONNUE DES SYSTÈMES DE RECHERCHE D'INFORMATION (SRI)

Depuis le début des années 1980, parallèlement ou conjointement aux recherches sur la conception des systèmes de recherche d'information - l'*information retrieval* -, des études se sont centrées sur l'utilisateur pour analyser son comportement informationnel (*information behaviour*) et l'activité de recherche d'information (*information seeking*). Ce sont principalement ces travaux qui ont cherché à mieux définir ce qu'est un besoin d'information.

>> Qu'est-ce qu'un besoin d'information ?

Tout d'abord, qu'est-ce que l'information ? Serge Cacaly (1997), dans le dictionnaire encyclopédique de l'information et de la documentation qu'il a dirigé, définit l'information comme « la consignation de connaissances dans le but de leur transmission. Cette finalité implique que les connaissances soient inscrites sur un support, afin d'être conservées, et codées, toute représentation du réel étant par nature symbolique ». Cette définition concerne l'information documentaire, quelle que soit la nature du support considéré (imprimé, audiovisuel, électronique). On pourrait néanmoins distinguer information et connaissance : l'information répondrait à des questions de type « qui », « quoi », « où », « quand » et les connaissances aux questions « pourquoi » et « comment ».

Les travaux récents du réseau thématique disciplinaire documents et contenu (RTP-Doc) ont souligné les trois facettes du document : le document comme **forme** (données structurées + mise en forme), comme **signe** (inscription + sens) et comme **médium** (inscription + légitimité sociale). Rechercher une information grâce à des documents semble s'adresser principalement au document comme signe, mais les facettes forme et médium ont un impact important sur les modalités de recherche mises en œuvre par les individus.

Ensuite, qu'est qu'un besoin d'information ? Selon le dictionnaire de la Langue française, un besoin est « une sensation qui porte les êtres vivants à certains actes qui leur sont ou leur paraissent nécessaires ». Un besoin d'information serait donc une sensation qui porterait l'individu à s'engager dans une activité de recherche d'information (RI). Pour qu'un



besoin d'information mène à une activité de RI, il faut que l'individu pense qu'il existe une réponse à sa question et que l'effort nécessaire pour obtenir cette réponse n'est pas trop important par rapport au gain attendu. En effet, les usagers ne sont pas toujours prêts à des efforts inconsidérés pour satisfaire leur besoin d'information, ils doivent avoir un intérêt, être motivés pour en faire l'effort. Toute recherche d'information nécessite en effet au moins trois types d'efforts (Choo, 2006) : des efforts physiques (se déplacer jusqu'à la source), des efforts intellectuels (apprendre à utiliser un SRI, à consulter telle ou telle source, à lier les informations entre elles, à raisonner à partir d'elles) et des efforts psychologiques (être prêt à consulter des informations ou une source désagréables).

>> Besoin d'information, demande, équation de recherche

Le besoin d'information ne peut pas être observé directement mais seulement à travers ses effets sur l'environnement c'est-à-dire à travers l'activité du chercheur. Peter Ingwersen (1992) parlait à son propos de *dark matter* des SRI. L'élément observable est la demande émise auprès d'un intermédiaire humain (documentaliste, collègue). Les documentalistes peuvent entrer dans un dialogue avec l'utilisateur pour mieux définir ce besoin : c'est une phase de négociation durant laquelle les deux parties essaient de mettre en correspondance le besoin et la collection interrogée (Le Coadic 1998).

Lorsque l'individu s'adresse directement à un SRI, le besoin d'information est formulé sous forme d'une équation de recherche. Cette équation représente de manière plus ou moins approximative le besoin d'information sous-jacent. Taylor (1968) avait prédit un effet d'étiquetage (*Label effect*) que Peter Ingwersen a vérifié et discuté en 1982 : en situation de recherche d'information, les usagers ont tendance à ne pas exprimer tout ce qu'ils savent, mais seulement ce qu'ils estiment suffisant pour le documentaliste ou le SRI. Même lorsqu'ils ont une bonne définition de leur besoin, ils ont tendance à le caractériser dans leur demande initiale avec très peu de termes ou de concepts. Ce phénomène a été observé également dans les recherches sur le web, où nombre de travaux montrent que les équations de recherches des internautes comportent environ deux à trois termes en moyenne (Jansen et al., 2000 ; Ingwersen, 2000, Spink 2002). Dans ces conditions, un

dialogue est nécessaire pour affiner la définition du besoin et les stratégies pour y répondre.

>> Les approches cognitives

Depuis les années 1980, différentes approches dans les recherches sur les besoins d'information ont été adoptées, avec un développement inégal. Les approches cognitives sont largement représentées dans les publications de cette décennie.

> UNE ANOMALIE DANS L'ÉTAT DES CONNAISSANCES

Selon cette approche, le besoin d'information est une sensation de l'individu d'une lacune dans ses connaissances (Dervin, 1986 ; Belkin, 1980). Pour Nicholas Belkin (1986), le besoin d'information est créé par la prise de conscience par un individu d'une lacune dans l'état de ses connaissances : c'est le modèle ASK (*anomalous state of Knowledge*). L'auteur et ses collègues considèrent que la personne qui cherche de l'information ne connaît pas son besoin et ne peut donc pas l'exprimer directement dans une équation de recherche à un SRI. C'est plutôt sur la tâche qu'il a à accomplir et ses buts que sur l'information dont il a besoin qu'il faut l'interroger. La procédure de dialogue permet de construire une représentation de l'état des connaissances du demandeur sous forme d'un réseau d'associations entre des mots, d'examiner cette structure et d'identifier des anomalies dans l'état des connaissances. Les lacunes dans l'état de connaissance ne sont pas le besoin d'information lui-même mais ce qui le sous-tend. Les SRI conçus selon ce modèle ont pour but de combler le plus rapidement possible ces lacunes, en supposant souvent qu'à une lacune correspond un ensemble déterminé de réponses pertinentes.

> LE BESOIN D'INFORMATION : UN PROCESSUS D'ACQUISITION DE CONNAISSANCE

Dans les premiers SRI, le besoin d'information est vu comme ponctuel : l'utilisateur formule une équation de recherche et le système lui fournit un certain nombre de résultats. Au milieu des années 1980, le besoin d'information commence à être vu

comme un processus intrinsèquement interactif qui nécessite un dialogue, itératif et dynamique (Belkin 1997 ; le Coadic 1998). Le dialogue s'établit, selon les cas, entre l'utilisateur et le documentaliste, ou entre l'utilisateur et le SRI ou encore avec les objets informationnels. Le besoin d'information ne devient manifeste pour l'utilisateur que durant ses interactions avec le SRI. Ainsi, la formulation d'une équation de recherche doit se faire en ligne et non hors ligne (avant ou après l'accès au SRI) et de manière itérative. Ce processus peut donner lieu à une ou plusieurs demandes, selon la complexité du besoin initial ou de son développement, et selon l'adéquation des outils de recherche à disposition. En effet, un résultat obtenu - ou l'absence de résultats - peuvent faire évoluer le besoin, le modifier et amener de nouvelles demandes, voire amener à reconsidérer le problème.

Brenda Dervin a élargi cette approche dans son modèle « construction de sens » (*sense-making*) du besoin d'information : chercher de l'information, c'est chercher à comprendre le monde qui nous entoure.

>> Le besoin d'information : un état d'incertitude

Saracevic (1996) remarque que les pionniers travaillant sur les SRI ont adopté la pertinence comme concept de base et que, s'ils avaient choisi l'incertitude, les théories auraient été fort différentes. Selon lui et de nombreux autres chercheurs, c'est en effet un état d'incertitude qui amène à rechercher l'information, incertitude liée soit à un problème à résoudre soit à une disparité constatée entre les caractéristiques communément appliquées aux phénomènes, lorsqu'un phénomène, à première vue, ne correspond pas à ces caractéristiques. Le processus de recherche d'information chez l'individu peut alors être vu comme un cheminement pour diminuer cette incertitude, voire la faire disparaître. Ceci se fait généralement en un certain nombre d'étapes, au cours desquelles l'incertitude diminue.

La résolution du problème, de cette disparité, devient un but de la personne pour aller de l'incertitude à une certitude accrue avec des étapes identifiables :

- Identification du problème
- Définition du problème
- Résolution du problème
- Proposition de solution.

Les hypothèses qui fondent cette approche sont les suivantes :

- a) chaque étape voit la résolution successive de plus en plus d'incertitude
- b) Si l'incertitude n'est pas réduite à l'une des étapes, il en résulte une boucle de rétroaction à l'étape précédente pour une nouvelle résolution (voir aussi Wilson 1999).

D'un besoin d'information ponctuel et statique, les approches scientifiques sont passées à une vision dynamique du besoin, celui-ci se modifiant lors du processus de recherche. D'autres études insisteront sur la diversité des besoins d'information, mettant en avant qu'une stratégie unique ne saurait y répondre dans tous les cas.

> LE TRAITEMENT DES BESOINS D'INFORMATION

S'intéresser aux besoins d'information permet d'analyser comment les professionnels de l'information ou les SRI peuvent y répondre au mieux. Là encore, différentes écoles ont émergé.

>> Approche du besoin par négociation

Carol Kuhlthau (Kuhlthau 1993 ; 1999) a proposé une modélisation du processus de recherche d'information (ISP) en six étapes, qui mettent explicitement en évidence la nature dynamique du besoin d'information et les états psychologiques qui les accompagnent. Son modèle repose sur l'observation de la démarche documentaire d'étudiants en contexte académique. D'abord, la **phase d'initialisation** correspond à la prise de conscience d'un manque de connaissance pour résoudre un problème ou accomplir une tâche. Durant la **phase de sélection**, l'individu cerne peu à peu son sujet, à travers un questionnement qui l'aide à définir sa problématique. Suit une **phase d'exploration du sujet** durant laquelle l'individu tente de découvrir des informations sur son problème en général. Dans la



phase de formulation, l'individu doit se focaliser sur certaines informations rencontrées lors de l'exploration pour clarifier ses pensées et choisir un angle d'attaque précis sur l'objet de sa recherche. La **phase de collecte des informations pertinentes** est une phase itérative où un dialogue s'instaure entre l'individu et le système qu'il interroge. La **phase de présentation** termine la recherche : il s'agit de mettre en forme les informations recueillies pour les communiquer. Chaque étape du processus de recherche d'information est caractérisée par des sentiments d'anxiété et d'inconfort qui vont décroître au fur et à mesure de la démarche. A chaque étape, l'individu a des besoins d'information de types différents, certains étant orientés sur le domaine de connaissance d'autres vers l'action, et le processus permet de réduire graduellement son état d'incertitude.

Ce modèle a inspiré des travaux ultérieurs pour assister les usagers dans leur recherche d'information (voir par exemple Yoon et Nilan 1999). Il correspond bien à la situation d'étudiants qui doivent élaborer une problématique pour réaliser un travail dans le cadre de leurs études.

>> Approche du besoin par diagnostic

L'approche du traitement du besoin d'information selon une procédure de diagnostic a été introduite par Robert Taylor au début des années 1960. Pour Taylor, l'expression du besoin de l'utilisateur n'est qu'un des symptômes du besoin d'information : l'utilisateur qui pose une question ne demande pas ce dont il a réellement besoin, d'une part parce qu'il n'en a pas conscience et d'autre part parce qu'il croit que les systèmes d'informations, la bibliothèque, le documentaliste ou l'interface du SRI lui demandent d'encoder son besoin dans un niveau de langage et une conceptualisation du sujet appropriés. Le documentaliste doit donc faire une analyse rétroactive de l'expression du besoin pour accéder au besoin réel. Taylor propose cinq « filtres » auxquels passer au crible la demande de l'utilisateur pour déterminer la stratégie de recherche la mieux appropriée et satisfaire son besoin d'information : l'interroger sur son sujet d'intérêt, sa motivation, ses caractéristiques personnelles, la relation entre sa demande et l'organisation de la collection et les réponses qu'il prévoit.

Yves-François Le Coadic (1998) emploie l'analogie avec la pratique médicale, en soulignant néanmoins une différence de

taille : contrairement au patient, l'utilisateur des services d'information n'est pas « malade » et ce peut être un spécialiste du sujet qui en sait plus que le professionnel de l'information auquel il s'adresse. Charles Cole (1998) adopte lui aussi cette analogie avec le diagnostic médical pour préconiser une démarche d'analyse du besoin d'information. Alors que la plupart des SRI sont conçus pour réduire aussi vite que possible l'état d'incertitude de l'utilisateur, Cole propose au contraire de développer cette incertitude, de la maximiser pour prendre en compte toutes les options de solutions possibles et mieux traiter le besoin. S'appuyant sur les travaux de Taylor, il fait le rapprochement avec le diagnostic médical mais soulève des différences essentielles : dans le processus de diagnostic médical, le médecin peut s'appuyer sur une classification des maladies et ses symptômes alors qu'il n'existe pas de classification des besoins d'information. Il suggère de dépasser l'approche de Taylor en proposant explicitement de développer des hypothèses alternatives durant la négociation de la question. Il remarque aussi que les signes collectés durant le processus de diagnostic médical sont de nature assez systématiques et objectifs par rapport à ceux qu'un documentaliste peut collecter dans un dialogue avec l'utilisateur. Comme l'écrivait Le Coadic, l'analyse du besoin ne peut pas s'appuyer seulement sur un raisonnement hypothético-déductif (une hypothèse détermine une solution informationnelle) : il s'agit d'émettre des hypothèses sur la définition du besoin et de les tester. Il distingue aussi les besoins d'information en vue d'améliorer ses connaissances de ceux en vue de l'action (Le Coadic, 1998, p.22) pour préconiser des modalités de dialogue avec l'utilisateur.

>> Prise en compte de la nature de tâche sous-jacente et du but

Depuis les années 1990, on sait qu'il ne suffit pas de connaître le besoin d'information sous la forme d'une équation de recherche pour déterminer les objets informationnels adéquats pour y répondre. D'autres composantes liées à l'activité humaine doivent aussi être connues. Les documentalistes le savent, qui interrogent les usagers sur la nature de la tâche à effectuer et connaissent les domaines d'expertise de ces usagers, ce qui les aide à mieux appréhender les besoins d'information. La tâche peut être définie comme l'ensemble des

activités nécessaires, habituelles ou crues comme étant nécessaires pour réaliser un but. La recherche documentaire est rarement une fin en soi (sauf pour le professionnel de l'information), elle participe en général à la réalisation d'une autre tâche. Il est nécessaire d'analyser ce que l'individu doit faire (ou pense qu'il a à faire) de l'information recherchée.

Jean-François Rouet (2000), dans ses travaux de modélisation de l'activité de recherche d'information, souligne l'importance d'une représentation du but pour que l'activité de recherche puisse aboutir. André Tricot (2003) a développé également une analyse des buts de recherche d'information déterminés par la nature du besoin et de la localisation de la cible.

Il est à présent reconnu que la seule description du sujet de recherche ne permet pas de définir précisément la nature des résultats attendus par la personne cherchant de l'information. La connaissance de la tâche à accomplir et du but de la recherche permet de mieux évaluer le besoin. C'est pourquoi certains plaident pour le développement de recherches dans ce domaine (Järvelin & Ingwersen, 2004).

Tous ces travaux mettent en évidence que, pour répondre à un besoin d'information, il est nécessaire d'aider dans certains cas l'individu d'une part à se former une idée assez précise de la tâche qu'il doit effectuer, du but à atteindre et, en parallèle, si besoin est, à s'appropriier peu à peu le domaine du sujet de sa recherche : acquisition du vocabulaire, repérage des sources pertinentes, appropriation des modes de raisonnement du domaine, etc. Ils montrent aussi que, contrairement aux approches prédominantes dans la conception des premiers SRI, le besoin d'information n'est pas ponctuel et de nature unique : il existe différents types de besoins qui ne demandent pas le même traitement. Par conséquent, s'appuyer sur des typologies de besoins pourrait permettre de mieux répondre aux demandes des usagers.

> TYPES DE BESOINS D'INFORMATION ET TYPES DE DEMANDES

C'est dans le but d'améliorer l'assistance aux usagers des centres de documentation ou des systèmes de recherche d'information que différents scientifiques ont proposé des

typologies de besoins d'information. Dès 1981, Wilson distinguait en la matière les besoins physiologiques, affectifs et cognitifs.

>> Typologies de besoins cognitifs

Peter Ingwersen (1996) distingue trois catégories de besoins de nature cognitive chez l'individu :

- **Besoin de vérification** : l'utilisateur ou usager souhaite vérifier une information ou retrouver des éléments d'informations aux caractéristiques connues (le nom de l'auteur d'un article, la revue dans laquelle il a été publié, la date de publication). Il veut, par exemple, retrouver des références bibliographiques précises, un article déjà lu ou cité par un autre auteur. Il sait que l'information existe, et parfois où il va la retrouver. La précision des recherches est alors déterminante. Les OPAC sont conçus pour traiter ce type de besoin.
- **Besoin conscient concernant le sujet (besoin dirigé)**: l'utilisateur veut clarifier, passer en revue ou approfondir certains aspects d'un sujet connu. Il possède des données relatives au sujet, comme des termes, des concepts, des représentations imagées, etc. C'est le cas d'un scientifique qui établit une bibliographie, du juriste qui recherche des antécédents pour un litige, de l'ingénieur qui veut exploiter une technique. L'utilisateur possède déjà un certain nombre de connaissances sur le sujet qui l'intéresse, il veut les compléter.
- **Besoin flou sur un sujet** : l'utilisateur veut explorer de nouveaux concepts ou relations en dehors des domaines qu'il connaît, ou les données qu'il connaît sont vagues et incomplètes. Les SRI classiques ne sont pas du tout adaptés à ce type de besoin : l'utilisateur ne dispose souvent pas, par exemple, du vocabulaire adéquat pour formuler sa demande. Souvent, il ne connaît pas non plus les sources qui pourraient l'aider. Dans de telles circonstances, spécifier une équation de recherche est une méthode de modélisation du besoin inappropriée.

Cette typologie permet d'analyser l'adaptation des outils de recherche à la situation. Elle reste cependant encore trop générale pour être totalement opérationnelle.

>> Types de demandes des usagers

Le cas particulier de la demande d'image est intéressant pour analyser le décalage entre besoins d'information et demandes. L'image est un type de document particulier : si les banques d'images procèdent de la même manière que pour les documents textuels, par descriptions structurées en champs (voir par exemple la norme Z 44-077), l'individu à la recherche d'une image éprouve en général beaucoup de difficulté à exprimer son besoin. Dans ce contexte, la recherche « plein texte » qui s'est imposée dans les collections de documents textuels n'est pas non plus possible. Muriel Cluzeau-Ciry (1988) a essayé de caractériser les demandes des usagers d'une banque d'images. Sa typologie distingue quatre types de demandes : les demandes de consultation qui montrent un besoin de connaître la collection, les demandes thématiques qui couvrent un plusieurs centres d'intérêt sans clairement en définir les limites, les demandes connotatives caractérisées par leurs aspects subjectifs et les demandes précises dont les critères sont clairement définis. Elle en dégage des stratégies d'assistance à l'utilisateur pour le documentaliste, adaptées à chacun des cas.

>> Typologie basée sur le but et l'action

Robert Taylor (1991) distingue huit catégories de besoins d'information liés à l'utilisation de l'information (cité par Bartlett & Toms, 2005) :

- Développer, éclairer un contexte
- Comprendre une situation ou un problème donnés
- Bien connaître un sujet précis
- Vérifier ou confirmer un autre élément d'information
- Savoir que faire et comment le faire
- Prévoir des événements
- Se motiver ou préserver son engagement
- Développer ses relations, sa réputation, son statut ou son épanouissement personnel.

À côté de besoins cognitifs, on trouve aussi des besoins pragmatiques, psychologiques ou sociaux. Cette typologie permet de mieux appréhender la diversité des situations qui motivent le chercheur d'information.

> COMPÉTENCES

Identifier un besoin d'information n'est pas naturel ou inné. On peut ressentir un besoin sans savoir le caractériser, ne pas savoir de quelle information on a besoin ou ne pas avoir conscience qu'il y a problème ou lacune dans ses connaissances (Julien, 1999, citée par Tricot, 2003). On peut aussi ne pas être conscient de la dynamique dans laquelle le besoin d'information va nous faire entrer.

>> Le paradoxe du besoin informationnel

Platon a mis en évidence ce paradoxe dans *Menon* (Le Coadic 1998, p. 86) : comment chercher une chose que l'on ne connaît pas ? Parmi les choses que l'on ignore, comment savoir laquelle chercher ? Comment identifier que l'information trouvée est bien celle que l'on cherche ?

Pour chercher efficacement de l'information, il faut des connaissances préalables (Rouet, 2000 ; Tricot, 2003): on ne cherche que si l'on sait que l'on ne sait pas et que l'on peut trouver. Il faut aussi accepter l'incertitude et avoir une motivation pour la réduire ou l'éliminer. Contrairement à une idée assez répandue, reconnaître et définir un besoin d'information s'apprend.

>> L'explicitation de la tâche

L'approche par résolution de problème invite à décomposer une tâche complexe entre sous-tâches plus simples. Pour mettre en œuvre une stratégie de recherche d'information efficace, il faudrait donc avoir une idée assez précise du but à atteindre (Rouet 2000) et pouvoir le décomposer en buts intermédiaires. La complexité d'une tâche est souvent considérée comme dépendant à la fois du degré d'incertitude liée aux données du problème (y compris sur l'information que l'on possède déjà), les procédures nécessaires pour la réaliser et les résultats ou objectifs à atteindre (Vakkari 1998).

>> La connaissance des stratégies de recherche d'information

L'apprentissage des procédures de recherche d'information doit être explicite. Les travaux récents sur l'activité de recherche d'information montrent en effet des modalités de comportements très hétérogènes chez les individus. Ces



modalités sont plus ou moins bien adaptées à différents types de besoin. La généralisation du recours aux outils de recherche en ligne se fait souvent sans idée précise de ce que la procédure peut apporter.

<i>Comportement de RI</i>	<i>Adapté à un besoin d'information</i>	<i>Résultat</i>
Découverte sans recherche, sérendipité	Non conscient	Découverte de nouvelles ressources Nouvelles questions
Feuilletage, <i>browsing</i>	Exploratoire : que contient la collection ?	Connaissance de la source et de la nature des informations qu'elle contient
Cueillette, <i>berrypicking</i> (Bates 1989)	Exploratoire sur le sujet	Connaissances fragmentaires
Équation de recherche pour un SRI	Conscient sur un sujet précis	Collecter des connaissances spécifiques sur le sujet
Rétroaction de pertinence	Mal formulé	Acquisition de vocabulaire, aide à la formulation
Chaînage (Ellis 1989)	Conscient sur un sujet à approfondir	Approfondissement du sujet, repérage des autorités du domaine
Surveillance, veille (Choo et Auster, 1993)	À moyen et long terme	Connaissances actualisées, découverte de nouvelles ressources

>> La connaissance des caractéristiques des sources

La connaissance des sources d'information est importante pour mieux définir un besoin d'information. Les sources peuvent être appréhendées selon les trois facettes du document explicitées par les travaux du RTP-Doc :

- **la forme** : formes standards de présentation de l'information selon le type de document (livre, article de périodique généraliste ou scientifique, bases de données, etc.). Nombre d'étudiants qui arrivent à l'université ne savent pas, par exemple, que le catalogue de la bibliothèque universitaire ne leur permet pas d'accéder aux articles de périodiques. Ils ne

savent pas non plus identifier la nature de la publication grâce à sa référence bibliographique.

- **le signe** : degré de généralité/spécificité du contenu ; degré d'exhaustivité de l'information.
- **le médium** : autorité et légitimité de la source, spécialisation sur un domaine. Par exemple pour les livres, connaissance des éditeurs.

>> La connaissance des outils de recherche

Quelles collections permettent-ils d'atteindre ? En l'absence d'intermédiaire humain, les outils de recherche en ligne prennent en charge de manière approximative le dialogue qui permet d'affiner l'expression du besoin. Quelle est la syntaxe du langage d'interrogation de ces outils ? Comment sont interprétées les équations de recherche de façon implicite par ces outils ? Sur quels principes reposent leurs aides à la reformulation (correction orthographique, rétroaction de pertinence) ? Comment interpréter la façon dont ils présentent les résultats ?

> CONCLUSION : LES RÉFÉRENTIELS DE COMPÉTENCES

Les référentiels de compétence pour la maîtrise de l'information sont une avancée essentielle pour la formation dans ce domaine. Toutefois, ils présentent souvent deux défauts principaux :

- ils donnent l'impression que la formation à l'information recouvre uniquement des savoir-faire, comme s'il n'existait pas de savoirs dans ce domaine,
- ils ne développent pas suffisamment l'explicitation du besoin. Au-delà des méthodes de questionnement systématique sur le sujet, les méthodes de génération d'hypothèses et d'explicitation de la tâche doivent aussi être développées.

En contexte scolaire, il est vrai que les besoins sont souvent prescrits par les enseignants. Néanmoins, dans le contexte de nos sociétés de la connaissance, il est nécessaire d'aller au-delà dans la formation des jeunes qui devront recourir de plus en plus à la recherche d'information de façon autonome. Des travaux se développent en ce sens (Duplessis 2005).

Le besoin d'information fait une apparition explicite dans certains référentiels dans le domaine de l'éducation. Par exemple, dans celui de *l'Association of College and Research Libraries* canadienne (ACRL 2001), la première compétence standard concerne la détermination de l'étendue du besoin d'information. Elle est décomposée en indicateurs de performance :

1. Définir et articuler le besoin d'information

Il s'agit d'explorer les sources d'information générales pour se familiariser avec le sujet, de savoir différencier les sources d'information généralistes et spécifiques sur le sujet. De démontrer quand il est approprié d'utiliser une source d'information générale et spécifique. Le résultat doit fournir une vue d'ensemble et donner des idées quant à la terminologie.

Définir ou modifier le besoin d'information pour arriver à un besoin ciblé et opérationnel. Identifier que la question initiale est éventuellement trop large ou précise. Expliquer son raisonnement sur la manière dont le sujet peut être traité en faisant référence aux sources d'information. Restreindre un sujet large ou élargir un sujet trop restreint en modifiant la question. Démontrer une compréhension du rôle que jouera le produit final (par exemple la profondeur d'investigation et d'analyse attendue) dans la définition du besoin. Utiliser efficacement des sources d'information de base pour avoir une compréhension initiale du sujet. Consulter l'enseignant et les documentalistes pour développer une problématique adaptée. Autant de recommandations qui permettent à l'utilisateur de mieux comprendre ce qu'il cherche et comment il peut le faire.

2. Identifier divers types et formats de sources potentielles d'information

Identifier les concepts et les termes clés qui décrivent le besoin d'information. Lister les termes qui peuvent être utiles pour localiser l'information sur un sujet. Identifier et utiliser les sources générales ou spécifiques appropriées pour découvrir la terminologie liée à un besoin d'information. Discerner les sujets de recherches à facettes multiples ou ceux qui ont besoin d'être traités dans un contexte plus large. Identifier des concepts plus spécifiques inclus dans le sujet de la recherche.

3. Prendre en compte les coûts et les bénéfices de l'information souhaitée

4. Réévaluer la nature et l'étendue du besoin d'information

En explicitant la dynamique des besoins d'information et les éléments qui permettent de les affiner, ce référentiel est certainement un des plus complets dans le domaine pour prévoir des programmes de formation à la maîtrise de l'information (Bernhard, 2001). Certaines universités canadiennes ont développés des outils performants, comme par exemple Infosphère¹ de la Bibliothèque de l'université du Québec à Montréal. Ces initiatives vont dans le bon sens pour faire sortir les savoirs informationnels de l'implicite dans lequel ils sont souvent noyés et permettre aux étudiants de travailler sur leurs besoins d'information.

¹ *InfoSphère*, service des bibliothèques de l'Université du Québec à Montréal, 2000 [en ligne]
<http://www.bibliotheques.uqam.ca/InfoSphere/>



> RÉFÉRENCES

ACRL (2001) *Objectives for Information literacy Instruction: a model statement for Academic Librarians* [en ligne]
<http://www.ala.org/acrl/guides/objinfolit.html>

Bartlett J.C. & Toms E.G. (2005) "How is Information used ? Applying task analysis to understanding information use", Actes de la conférence ACSI/CAIS Données, information et connaissances dans un monde résauté, [en ligne] http://www.cais-acsi.ca/2005proceedings_fr.htm

Bates M.J. (1989), "The design of browsing and berrypicking techniques for the online search interface", *Online Review*, Vol. 13 (5), pp 407-424.

Bernhard P. (2001) *Projet TICl : Tests d'Identification des Compétences Informationnelles*, [en ligne]
<http://mapageweb.umontreal.ca/bernh/TICl>

Choo C.W. (2006), « Le traitement de l'information par les individus » *Les Echos*, janv. [en ligne]
http://www.lesechos.fr/formations/manag_info/art_manag_info.htm

Cluzeau-Ciry M. (1988) « Typologie des utilisateurs et des utilisations d'une banque d'images », *Documentaliste*. Vol 25 (3), pp 115-120.

Dervin B. (1999) "On studying information seeking methodologically : The implications of connecting metatheory to method", *Information Processing & Management*, Vol 35, pp 727-750.

Duplessis P. (2005) « L'enjeu des référentiels de compétences info-documentaires dans l'Education nationale », *Documentaliste - Sciences de l'information*, Vol. 42 (3), pp 178-189.

Ingwersen P. (1992), *Information retrieval interaction*, *Taylor-Graham Publishing*.

Ingwersen P. (2000) "Users in Context", in: M. Agosti, F. Crestani and G. Pasi (eds) : *ESSIR 2000, LNCS 1980*, pp 157-178.

Jansen B.J., Spink A., et Saracevic T. (2000) "Real life, real users, and real needs: a study and analysis of user queries on the web", *Information Processing & Management*. Vol. 36, pp 207-227.

Järvelin K., Ingwersen P. (2004) "Information seeking research needs extension towards tasks and technology", *Information Research*, vol. 10 (1), Paper 212, [en ligne] <http://InformationR.net/ir/10-1/paper212.html>

Julien H.E. (1999) "Barrier's to adolescents' information seeking for career decision making", *Journal of the American Society for Information Science*, vol. 50(1), pp 38-48.



Kuhlthau C. C. (1999), "Accommodating the User's information search process : challenges for information retrieval system designers", *Bulletin of the American Society for Information Science*, vol. 25, n° 3.

Kuhlthau C.C. (2005) "Toward collaboration between information seeking and information retrieval", *Information Research*, Vol.10 (2), paper 226, [en ligne] <http://InformationR.net/ir/10-2/paper226.html>

Le Coadic Y-F. (1998) *Le besoin d'information : formulation, négociation, diagnostic*, Paris, ADBS.

Rouet J-F. (2000) *Les activités documentaires complexes. Aspects cognitifs et développementaux*. Mémoire pour l'habilitation à diriger les recherches, université de Poitiers, France.

Tricot A. (2003) *Apprentissage et recherche d'information avec les documents électroniques*, Mémoire en vue de l'habilitation à diriger les recherches, Toulouse.

Vakkari P. (1998) "Growth of theories on information seeking: an analysis of growth of a theoretical research program on the relations between task complexity and information seeking", *Information Processing & Management* Vol. 34 (2/3), pp 361-382

Wilson T. D. (1999) "Models in information behaviour research", *The Journal of Documentation*, vol. 55 (3), pp 249-270.

La production journalistique de l'actualité : offre ou besoin ?

Véronique COHU

Journaliste multimédia

Dernières Nouvelles d'Alsace

Le thème qu'il m'est donné aujourd'hui de traiter est un sujet récurrent pour ma profession. L'actualité récente de l'affaire d'Outreau, où après la Justice c'est la Presse qui a été mise en accusation, repose cette question lancinante aux journalistes : est-ce que vous « traitez » des sujets que le public attend ou est-ce que vous transmettez au public des informations dont il ne veut pas forcément ? Ce que vous offrez correspond-il à ce que les gens veulent ? N'est-ce pas vous qui avez fait naître un besoin et qui l'alimentez ? Bref, ce pourrait être ici le procès de la société de consommation : le téléphone portable répond-il à un besoin ? Je serais tentée de répondre « oui » au constat du succès qu'il remporte. Mais si nous en avons « vraiment » besoin, comment a-t-on pu vivre sans lui aussi longtemps... ?

> QUAND L'OFFRE NE RÉPOND PAS AU « BESOIN »

Pour moi, cette question de l'offre et/ou du besoin prend une teinte particulière dans la sphère médiatique. En effet, on ne peut laisser sous silence le rapport particulier qu'entretient le lecteur avec « son » quotidien. Un rapport de plus en plus tendu, une exigence et une critique de plus en plus vives sont exercés par le lecteur sur le journal et le journaliste. Je dirai presque que le citoyen aimerait de plus en plus influencer ou peser sur le choix des sujets traités par les journalistes, et également sur la façon dont ils sont traités. Cette « pression » est d'autant plus

forte que la rubrique est « sensible » : un chef d'entreprise voudra être absolument dans les pages économiques car un article pourra accroître sa notoriété et peut être aussi élargir sa clientèle (du moins il l'espère). Le secteur des faits divers est lui aussi considéré comme « sensible ». Mais là, le « héros » de l'article aura une démarche inverse ; il essaiera plutôt de peser sur la non-publication du texte relatant, par exemple sa condamnation au Tribunal. Le chef d'entreprise aura besoin de l'information ; le « condamné » pas du tout ! A nous professionnels de faire nos choix, et de nous y tenir. Il va sans dire que notre « offre », si elle ne correspond pas par exemple aux deux cas pré-cités, risque fort de déboucher sur des conflits.

Ce rapport conflictuel entre le lecteur et le journaliste a-t-il toujours existé ? Peut-être pas aux tout débuts. Ainsi, le premier journal imprimé, qui s'appelait « Relation » (et qui est d'ailleurs né à Strasbourg en 1605 grâce à Jean Carolus), était un hebdomadaire de 4 pages où « *l'on y relatait les nouvelles ordinaires des grande villes d'Europe* » (extrait du livret « Relation, et Strasbourg inventa la Presse », édité en 2005 par la Ville de Strasbourg). A-t-il répondu à un besoin ? Le besoin est-il né de cette offre ? Si 400 ans plus tard on trouve encore et toujours sur le marché des « journaux imprimés », c'est que le besoin a existé et existe toujours. D'autant que les premiers journaux n'étaient pas gratuits, Relation était réservé à un public d'abonnés. On ne dépense pas, je pense, pendant 400 ans, de l'argent pour un « produit » dont on n'a aucune utilité...

> LES JOURNALISTES NE SE « CONTENTENT » PLUS DE...

Que trouvait-on dans ce premier journal imprimé à Strasbourg ? Dans la préface du livret cité plus haut, on lit : « *Le lecteur de Relation est informé des événements politiques et religieux, comme des découvertes scientifiques. Jean Carolus fait paraître la nouvelle transmise le 4 septembre 1609 par son correspondant de Venise : « Notre gouvernement a honoré le Signor Gallileo de Florence, professeur de mathématiques de Padoue, et a augmenté ses revenus de cent couronnes par an, parce qu'il a inventé par ses études assidues une lunette, avec laquelle on peut voir un endroit à une distance de trente miles comme s'il se trouvait dans le voisinage, un art qu'il a offert à l'utilité publique ».*



Le premier journal est semblable à la lunette de Galilée. Il se contente la plupart du temps de reproduire des dépêches abruptes ; il est dépourvu d'analyses critiques et de mises en perspective, mais il permet de « voir un endroit à distance », d'être transporté à l'autre bout du monde et, peut-être, de mieux comprendre les situations. »

Il se contente de... Voilà certainement ce qui a changé dans la « production journalistique » actuelle. Nous ne nous « contentons » plus de... Je ne sais quand est né le premier « scoop ». Peut-être cette information sur la mise au point de la « lunette » en était-il un ... Nul doute en tout cas que la multiplication des titres a fait naître la concurrence, les parts de marché, la rentabilité, le profit, la course à « celui-qui-a-l'info-avant-les-autres ». Le faits divers a pris une place importante dans nos colonnes. C'est peut-être cette fameuse rubrique dite « des chiens écrasés » qui pose le mieux la question de l'offre et du besoin. Nous lecteurs, avons-nous « besoin » de lire régulièrement des affaires de pédophilie ? Nous, journalistes, devons-nous « offrir » régulièrement des cas de pédophilie ? Si je vous questionnais tous un par un, je pense qu'il y aurait autant de « oui » que de « non ». Idem chez mes collègues journalistes. Certains lecteurs et journalistes arguent qu'il ne faut rien cacher aux gens, que ces actes sont les reflets de déviations de notre société, que les dénoncer permet aux victimes d'être reconnues comme telles... Les partisans du « non » pensent que cela incite des malades à passer à l'acte, que cela donne des idées, que cela stresse encore plus notre société... Qui a raison ? Qui a tort ? La réponse réside peut-être dans un « juste » équilibre... mais où se trouve cette « justesse » ? Comme je le disais, les journaux sont des entreprises privées aux mains d'actionnaires qui attendent quelques retours sur leur investissement. Tel journaliste de tel « canard » se doit donc d'être le « premier » sur l'événement. Indépendamment des ventes supplémentaires que son éventuel scoop va générer, ce journaliste est pris au jeu du « c'est moi qui ai soulevé en premier l'affaire ». A partir de là, on assiste à bien des dérives, dont celle d'Outreau que je citais tout au début.

> QUI VEUT QUOI ?

Dans un article de Libération, paru le 10 mars dernier et intitulé « Les médias face à leurs propres responsabilités », Jean Michel Bretonnier, rédacteur en chef de la Voix du Nord, confessait : « *Dans les tout premiers mois de 2001, la présomption d'innocence a fait les frais de l'émotion qui nous a gagnés* ». Il a reconnu « *un manque de recul* » et fait son mea culpa : « *Je comprends la douleur de ces gens placés sous les verrous qui clament leur innocence et dont le nom est jeté en pâture. Je leur exprime, au nom du journal, mes regrets sincères* ». Plus loin, l'article donne la position d'un homme politique qui « *s'en est violemment pris à La voix du Nord et à travers elle à tous les médias* ». Ce homme, Goerges Fenech (UMP) a dit : « *Ne minimisez pas votre rôle dans cette affaire (...) dans certains cas, c'est vous le premier pouvoir* ».

Quelques jours plus tard, le même Libération consacrait plusieurs pages aux journalistes, tant de presse écrite que de télévision, qui ont couvert, les premiers, ce qui est devenue « l'affaire d'Outreau ». Chacun, chacune explique bien comment, l'être humain qu'ils sont a pris le pas sur le professionnel. Journaliste, certes, mais homme et femme aussi, et là, en l'occurrence, homme et femme avant tout, remués jusqu'au fond de leurs tripes.

Alors ? Le monde est-il plus complexe en ce 17 mars 2006 que le 4 septembre 1609 ? Je ne sais pas. Par contre, et c'est devenu un lieu commun de l'affirmer, « le temps s'est accéléré ». Au XVII^e siècle, une information pouvait mettre des semaines à parvenir à ses destinataires. Ce n'était pas « grave ». Aujourd'hui, on dit que « celui qui a l'information, a le pouvoir ». Notre système économique repose sur des échanges d'informations boursières. La menace d'un conflit armé peut faire monter ou chuter tel cours ; celui qui sait avant tout le monde telle ou telle OPA pourra réagir avant les autres et augmenter son capital ou minimiser ses pertes... Les médias sont donc au cœur du système.

Dans son livre « Le grand bond en arrière », le journaliste Serge Halimi dénonce une collusion entre les « décideurs » et les médias du monde occidental qui, à partir des années 80 « *ont presque toujours interprété de manière identique les situations de crise* ». Pour lui, « *tout un travail idéologique était intervenu*



au préalable et que des solutions alternatives au marché avaient été détruites afin qu'il n'y ait plus d'alternatives ». Cette entente avec le « pouvoir » est souvent reprochée aux journalistes dont la « production » serait alors plus proche de l'offre que du besoin. Cela veut dire qu'ils façonneraient lentement mais sûrement les esprits de leurs concitoyens à accepter telle idéologie plutôt que telle autre.

Je ne suis pas aussi pessimiste que Serge Halimi. A ce niveau là, les critiques acerbes, voire violentes, de la population envers les journalistes seraient plutôt rassurantes et prouveraient une « autonomie » certaine de pensée.

Le même Serge Halimi dans « Les nouveaux chiens de garde » (1997) interpellait durement ses confrères sur leur responsabilité. Il constatait notamment : « *Des médias de plus en plus présents, des journalistes de plus en plus dociles, une information de plus en plus médiocre.* » Mais il reconnaît aussi que le bilan n'est pas si noir, « *en raison des échecs de la propagande* ». « *La vie sociale résiste à l'écran, elle n'est pas virtuelle, elle informe souvent d'avantage que « l'information » sur les mécanismes du pouvoir et sur l'urgence des refus* ».

Ainsi, qu'elle soit cataloguée tantôt de « premier pouvoir » ou de « quatrième pouvoir », la presse n'est pas aussi puissante et influente qu'on veut bien le dire. Car elle est faite par des hommes et des femmes qui ne « produisent » pas seulement de l'information, mais qui en consomment aussi largement.

> LES JOURNALISTES : DES ÊTRES « NORMALEMENT » SUBJECTIFS

Qu'en est-il de ma propre pratique journalistique ? Il m'arrive de proposer des sujets qui peuvent répondre à ce que j'ai ressenti comme des besoins. Il m'arrive également de répondre à des besoins clairement exprimés par des concitoyens qui me demandent de traiter tel ou tel thème. Bien sûr que je vais plus volontiers vers des domaines qui m'intéressent. Ainsi, il y a une vingtaine d'années, j'ai rédigé les premiers articles sur une pratique de massage japonais, le shiatsu, pratiquement inconnue en France. Je pressentais que les médecines dites « douces » ou parallèles » avaient un avenir. Ai-je concouru à créer un besoin ou ai-je accompagné une tendance naissante ?

Idem pour les blogs devenus aujourd'hui une véritable mode ! J'ai rédigé il y a environ quatre ans un article sur cette utilisation du web, naissante à l'époque en France. Je ne savais bien sûr pas à ce moment là que ces « cahiers intimes » connaîtraient un tel engouement. J'en percevais par contre l'originalité. Nous disposons dans mon entreprise d'études, de sondages pratiqués auprès de panels de lecteurs et/ou de non lecteurs. Ces études sont intéressantes et je me suis rendue compte que mes analyses rejoignent leurs résultats. Elles font état de telle ou telle tendance de lecture, sur tel ou tel sujet, ce qui correspond généralement à ce que j'ai envie d'écrire ou que j'ai déjà écrit.

Ma démarche entre l'offre et le besoin est donc relativement simple, voire primaire. Je suis une citoyenne comme une autre. Donc, je me dis : qu'est-ce que dans la sphère des TIC par exemple, j'ai envie de connaître ? Qu'est-ce que je ne sais pas ? Qu'est-ce qui pourrait m'apporter de l'utile ou du distrayant ? A partir de ces questions, je fais des choix ; je les propose dans la rédaction où je travaille. Les avis sont parfois partagés ; à moi de savoir « défendre » un sujet auquel je tiens particulièrement. Je peux me tromper sur mes choix.

Ainsi, je suis modératrice des forums sur le site web des Dernières Nouvelles d'Alsace (www.dna.fr). Il m'est arrivé de lancer des sujets qui se sont révélés être des flops. A ce niveau, je pense qu'Internet est particulièrement cruel pour nous journalistes : l'interactivité et la vitesse des échanges avec les internautes nous renvoie de suite le degré d'intérêt qu'ils portent à nos propositions. Nous savons très rapidement s'ils « mordent » ou non.

Je propose également des tchats en ligne, qui ne sont ouverts à l'interactivité que quelques heures, un jour donné. J'ai été surprise de constater le peu de participation à celui sur le CPE (contrat première embauche) qui défraye pourtant la chronique en ce moment ! J'avais comme invité - cette personne répondait aux questions des internautes - un lycéen, responsable départemental du principal syndicat de lycéens opposé au CPE. Mais peu d'internautes sont venus tchater ce jour là. Par contre, j'ai été tout aussi étonnée du grand intérêt porté par les internautes au tchat sur la nouvelle Maison du Handicap. L'invitée, en l'occurrence la directrice, a reçu une trentaine de

questions. Analyser ses différences participatives est ardu en ce qui concerne Internet. Tant de paramètres peuvent intervenir : mauvaise connexion au web, temps extérieur (s'il fait beau, les gens sont moins devant leur ordinateur) etc.

Dans l'édition papier, le courrier de lecteurs est un bon indicatif de l'intérêt porté par le public à nos articles. Là, nous ne sommes plus dans la réactivité chaude d'un tchat organisé sur un temps très court. Les lettres arrivent tous les jours, sont triées et regroupées selon les thèmes. Puis publiées en temps choisi par la rédaction. Elles sont directement liées à des sujets d'actualité traités par les journalistes : la démolition du Pont Churchill à Strasbourg, par exemple, a généré une quantité importante de ce type de courrier. Le « dossier » avait été particulièrement suivi par la rédaction de la Locale Strasbourg.

> RESTONS LUCIDES

Les journalistes ne sont pas des êtres insensibles, qui vivent dans une bulle étanche. Ils évoluent dans une ville, dont ils sont à la fois acteurs du devenir mais aussi observateurs de son évolution. Imprégnés de l'air d'une ville, d'une région, cotoyant les habitants, les journalistes proposent des articles qui reflètent à la fois les inquiétudes, ou les bonheurs, de leurs contemporains sans qu'il y ait forcément un « besoin » clairement exprimé. De plus, les articles publiés sont généralement le fruit d'une réflexion collective, au sein de réunions quotidiennes au cours desquelles la pertinence de tel ou tel thème est discutée.

Je suis comme mes confrères et consœurs. Je fais partie de cette société alsacienne, française, européenne de 2006. Mais mon métier induit que je suis capable de faire des pauses : je me mets en retrait pour regarder, écouter, sentir, échanger et analyser. Je suis à la fois dans ce monde et à sa périphérie. Cette profession me donne la possibilité de traduire des événements à mes contemporains, afin, peut-être, de mieux les aider à comprendre leur environnement. Pas de façon neutre toutefois. Je reconnais et j'assume ma subjectivité. L'important est d'en être conscient et de le faire savoir. Comme le dit Serge Halimi : « *La lucidité est une forme de résistance* ».

Besoin d'information et intelligence économique

Anne ROFFET-FOURNIER

Chargée de veille à la CCI de Colmar

Déléguée régionale de l'ADBS Alsace

> LA DEMARCHE D'INTELLIGENCE ECONOMIQUE

Avant de parler du comportement des entreprises face aux besoins d'information, je rappelle ici ce qu'est l'intelligence économique. La démarche d'intelligence économique se compose de trois faces stratégiques pour l'organisation qui la met en place :

- la surveillance de l'environnement - VEILLE
- le lobbying - INFLUENCE
- la protection de l'information - SECURITE

J'étudierai ici plus particulièrement le besoin d'information dans le cadre de la veille stratégique qui est le pôle le plus accessible, l'aspect le plus naturel pour l'entreprise débutant une démarche d'intelligence économique.

L'intelligence économique a de nombreuses définitions, mais la plus communément admise est celle du rapport Martre (*Intelligence économique et stratégie des entreprises* / Henri MARTRE, Philippe CLERC, Christian HARBULOT et alii - La Documentation française - 01/02/1994), selon lequel elle réunit « les actions coordonnées de recherche, de traitement et de distribution en vue de son exploitation, de l'information aux acteurs économiques. Ces diverses actions sont menées légalement avec toutes les garanties de protection nécessaires à la protection du patrimoine de l'entreprise... ».

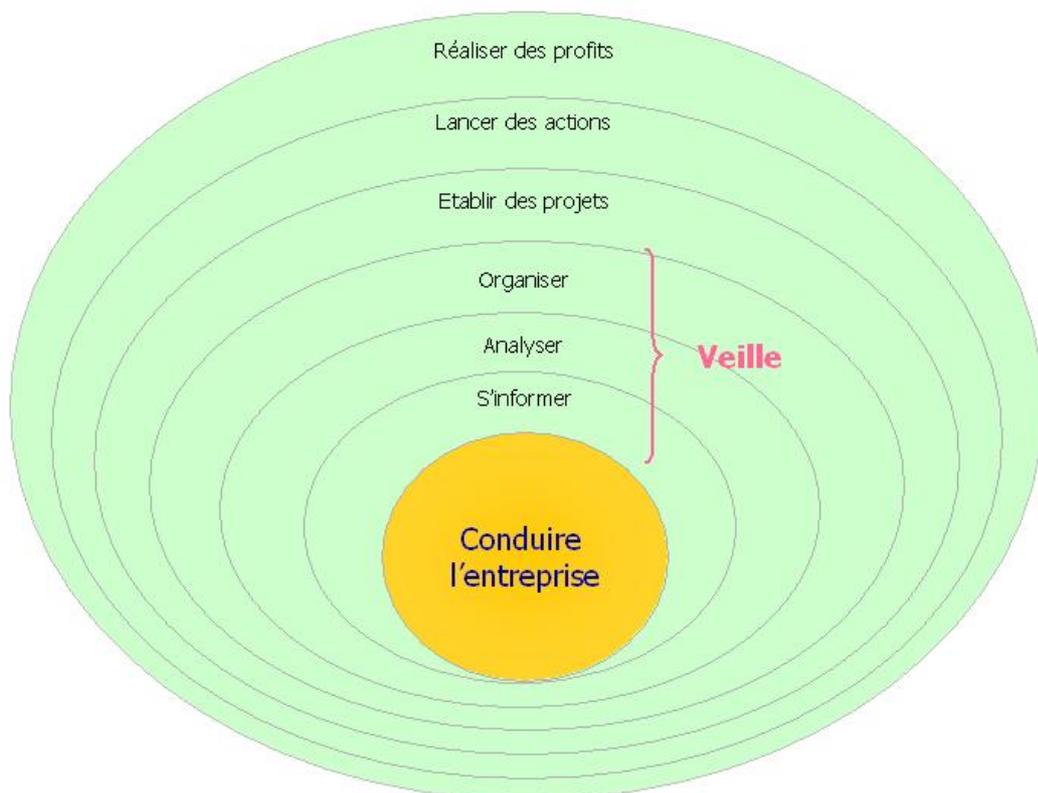


L'intelligence économique formalise l'enjeu de la maîtrise de l'information pour l'action. En ce sens, elle rejoint l'objectif de tout professionnel de l'information : diffuser la bonne information à la bonne personne au bon moment, dans le bon format etc.

> L'APPROCHE DE LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE COLMAR ET DU CENTRE-ALSACE

Notre volonté est de replacer la veille stratégique et son pendant, la maîtrise de l'information, au cœur de la stratégie des entreprises. Il s'agit d'inciter les dirigeants à reconsidérer l'information au centre de la chaîne de décision dans le pilotage de leur entreprise.

Redonner à l'information sa valeur centrale et encourager la veille



L'information et son organisation raisonnée sous forme de démarche de veille sont une aide à la décision et le point de départ des actions de l'entreprise. Il s'agit d'amener les dirigeants à prendre conscience de cette valeur et des enjeux de la démarche.

Evidemment, toute entreprise fait de la veille dès lors qu'elle génère un chiffre d'affaires, ce qui signifie que son offre de produits ou de services est adaptée a minima à une demande. Les entreprises régionales veillaient déjà avant la mise en place des actions d'intelligence économique organisées par les Chambres de Commerce et d'Industrie, la Région ou l'Etat. Nous réalisons des actions variées telles que :

- le Forum annuel des pratiques de la veille en entreprises qui rassemble à chaque édition plus de 200 participants depuis 2002,
- le Centre Régional de Veille Stratégique (CRVS) où plus de 500 visiteurs ont été reçus depuis fin 2003,
- et aussi les petits-déjeuners de la veille, une plate-forme de veille collective pour la filière des éco-entreprises, les Master Class de la veille stratégique et de l'intelligence économique...

Il s'agit d'encourager les entreprises à débiter ou à se perfectionner en veille. Nous parlons plus couramment de « veille stratégique » car cette expression semble plus tangible que celle d'« intelligence économique », encore associée malheureusement à des concepts confus.

> L'EXPÉRIENCE DU CENTRE RÉGIONAL DE VEILLE STRATÉGIQUE (CRVS)

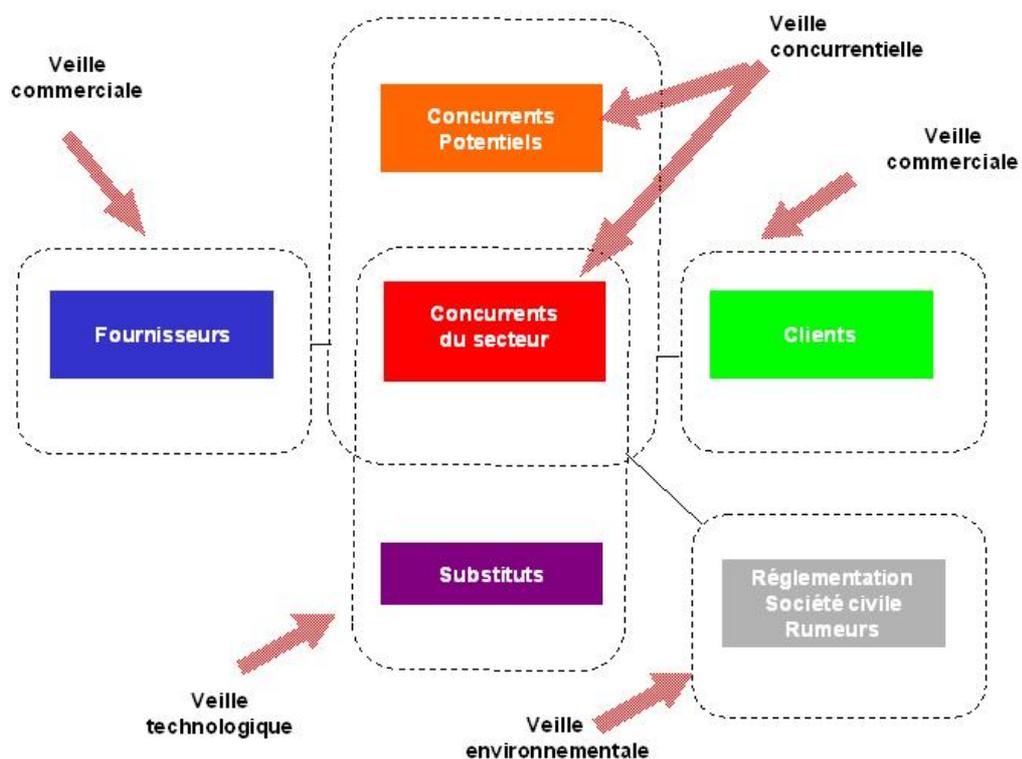
Notre expérience des besoins et usages des entreprises en matière d'information et de veille nous vient des entretiens réalisés au Centre Régional de Veille Stratégique. Mon collègue Thomas OLLIVIER et moi-même y avons reçu plus de 500 personnes depuis deux ans. Ce lieu de ressources permanent vient compléter la manifestation récurrente du Forum des pratiques de la veille, car nous avons souhaité pouvoir accueillir individuellement tout au long de l'année les entreprises régionales intéressées par la veille. Le CRVS bénéficie du soutien de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Colmar et du Centre-Alsace et du programme Régional d'Intelligence Economique COGITO dont les partenaires sont la DRIRE Alsace, la Région Alsace et les CCI d'Alsace.



Le besoin des visiteurs du CRVS ? Ils viennent seuls ou avec un collaborateur pour faire le point sur leurs pratiques et s'informer sur la veille stratégique, ses possibilités et ses outils. Le CRVS a été créé dans un objectif de sensibilisation des entreprises régionales : notre mission consiste à conseiller les entreprises en fonction de leur positionnement et à leur proposer des orientations adéquates.

Lors des rendez-vous au CRVS, nous offrons aux entreprises une écoute et des conseils méthodologiques, en prenant en compte leur environnement. Selon leur connaissance de la veille ou leur aisance en matière d'intelligence économique, nous les éclairons sur quelques concepts. Nous évoquons ainsi avec les entreprises les différents types de veilles possibles pour leur montrer l'étendue des problématiques envisageables.

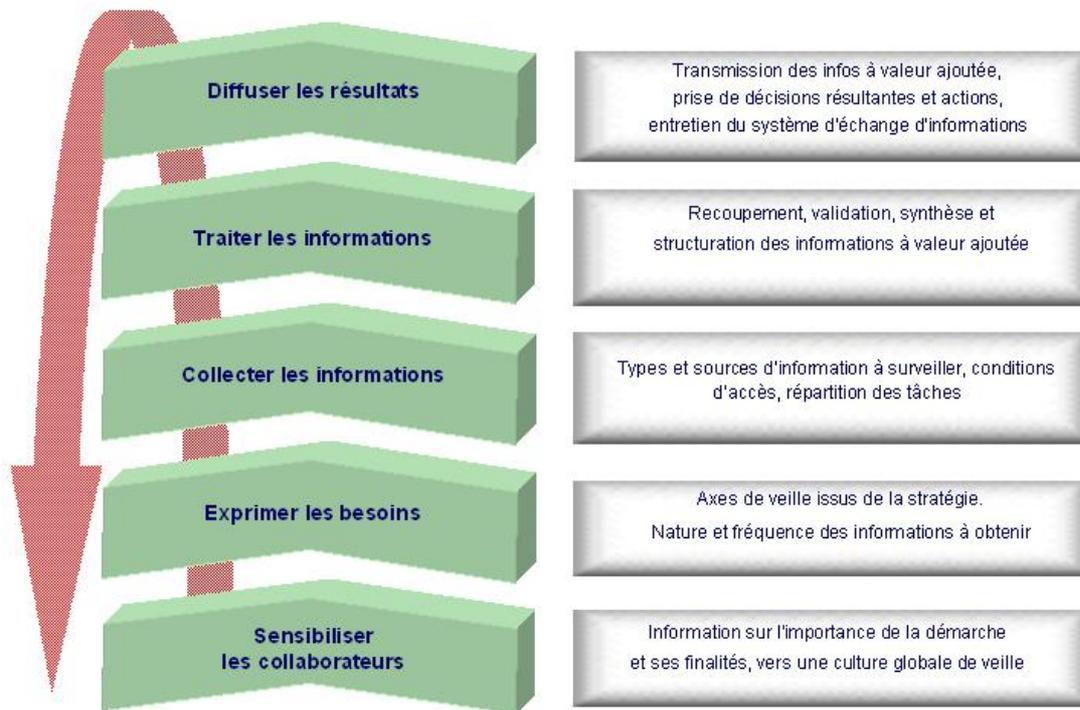
Les axes de veille potentiels



Selon le besoin des entreprises, nous les aidons à formaliser leur problématique de veille, à identifier des sources manquantes, à

découvrir des outils utiles, le tout dans le cadre méthodologique du cycle de la veille.

Le cycle de la veille



Nous avons sciemment choisi pour le CRVS une orientation d'écoute, de conseils et d'échanges dès ses débuts. Il ne se réduit pas en effet à un centre de démonstration de logiciels, mais propose des conseils et des échanges de bonnes pratiques. Dans le même état d'esprit, nous nous employons à un travail de démythification de certaines illusions que pourraient entretenir les entreprises :

- l'illusion du pouvoir que représenterait la « possession de l'information ». Il nous faut dire et redire que l'information prend sa valeur uniquement dans la réactivité de son exploitation et sa diffusion. Le comportement de « propriétaire » (conserver l'information pour soi jusqu'au moment où l'individu juge le plus opportun de l'utiliser dans son intérêt propre) va généralement à l'encontre de l'intérêt collectif de l'entreprise ou de l'organisation. La thésaurisation

de l'information est cependant encore répandue et encourage certains responsables à vouloir accaparer toute la démarche de veille dans leur entreprise sous couvert de « confidentialité ».

- **le mythe de l'informatique toute puissante**, ou la croyance que l'outil logiciel donnerait par un simple clic la réponse à des questions stratégiques de l'entreprise. Ici se croisent les problématiques de « l'informatique intelligente » - certains outils de veille dénommés à tort « agents intelligents » travaillent seulement en fonction de ce que nous leur demandons de faire - et celle, corollaire, de l'outil comme « suppléant au travail décisionnaire » des dirigeants - qui ne pourront pas obtenir la réponse à leur question par une validation sur la touche « Entrée ».

Sur le panel de personnes rencontrées au CRVS, nous avons un échantillon très diversifié de la réalité des entreprises régionales. Nous recevons en effet des entreprises de toutes tailles - de l'entreprise unipersonnelle au grand groupe, de tous secteurs d'activités - de l'industrie, des services, du BTP à l'hôtellerie-restauration et à l'artisanat, et des visiteurs de toutes fonctions - PDG, DAF, responsable commercial - marketing, responsable R&D, chargé de la veille...

Les entreprises ont également des comportements très hétérogènes en terme de démarche.

Les **problématiques de veille** sont multiples, la veille technologique est toutefois la plus courante (souvent la première veille installée).

L'**angle d'approche de la démarche** varie selon si nous avons à faire dans les entreprises : à des dirigeants persuadés de l'intérêt de la veille stratégique mais cherchant un point de départ et une évaluation des moyens nécessaires ; ou à des collaborateurs « passionnés » qui prennent à cœur de développer cette fonction située au départ hors du champ premier de leur mission ; ou à des salariés envisageant la veille comme un moyen de mieux remplir leur mission.

La **maturité de la démarche** est fluctuante en fonction de la situation de l'entreprise, son activité, son historique, sa structure, la personnalité de ses dirigeants. Nous voyons des entreprises qui sont à un stade de « curiosité » pour la veille,

certaines qui ont un projet « dans les cartons », d'autres pour qui la démarche est déjà engagée, d'autres enfin qui sont à un stade d'optimisation de leurs actions, recherchant l'efficience maximale du système existant.

Nous allons d'ailleurs développer des enquêtes de feed-back afin de savoir si la visite des entreprises au CRVS et leur participation à d'autres actions régionales a pu servir de déclencheur à la structuration de l'intelligence économique en interne.

>> **Exemple de problématique : veille concurrence et marché**

Un fabricant d'équipements BTP est venu au CRVS avec deux problématiques de veille à l'international.

Veille sur la concurrence à l'étranger et les nouveaux marchés

Problématique	Organisation à mettre en œuvre, sources à privilégier
Image de marque repose sur la qualité du produit, justifie son coût	<p><i>Amont</i> : politique de P.I. et accords commerciaux</p> <p><i>Aval</i> : remontées par distributeurs et éventuelles démarches juridiques</p>
<p>Développement sur de nouveaux marchés</p> <p>50% du CA réalisé à l'export</p>	<p><i>Infos pays</i> : économiques</p> <p>-Missions > sites et données professionnels</p> <p><i>Infos acteurs</i> :</p> <p>-Salons</p> <p>-Annuaire professionnels, sites B2B</p>

>> **Exemple de démarche : une veille Recherche & Développement transversale**

Prospective « innovation » dans une société

La problématique d'une filiale industrielle et de services : développer une stratégie globale de recherche de relais de croissance avec notamment un plan « innovation produits » à trois ans.

Des solutions pour éclairer cette prospective : mettre en place une triple veille technologique, économique, concurrentielle, avec des outils tels que l'innovation participative au-delà de



l'équipe R&D et le reverse engineering ; externaliser la production pour concentrer les moyens sur la recherche, intégrer le prototypage de produits de certains clients, étudier les besoins de prospects pour diversifier la gamme et la clientèle.

> QUELQUES ENSEIGNEMENTS TIRÉS DE CES DÉMARCHES DE VEILLE

>> La veille n'est pas considérée partout comme un enjeu stratégique

- Avec les tensions des marchés et l'accroissement de la pression concurrentielle, les dirigeants ont une tendance - qui paraît naturelle - à recentrer les moyens sur des services participant directement à la production et au chiffre d'affaires. Ils restreignent donc en conséquence les moyens affectés à des actions concernant le moyen/long terme. Cette attitude est évidemment un frein au développement de la veille.
- Certaines entreprises ne se sentent pas concernées par la veille stratégique et ne participent alors à aucune action sur ce sujet, pour différentes raisons. Du fait de leur petite taille, de leur activité artisanale, de leur marché local ou encore du fait de leur statut de filiale d'un grand groupe, elles se considèrent comme à l'abri de surprises désagréables, ce qui est dangereux car au contraire leurs situations sont plus que jamais susceptibles d'être bouleversées.

Un exemple d'une entreprise sous-traitante à qui cette attitude a coûté cher : elle vendait simplement du « temps - machine », elle n'avait pas de besoin d'information, et son donneur d'ordre lui a préféré du jour au lendemain une société d'Europe de l'Est plus attractive en terme de coût de main d'œuvre.

Aujourd'hui toute entreprise doit se comparer au marché, préserver ou développer des avantages compétitifs : pour elle doit cerner réellement son environnement en terme de technologies, de gammes, de concurrents, de fournisseurs et d'évolutions stratégiques à venir.

>> La veille attire des personnalités ouvertes

Certaines personnes qui viennent nous rencontrer au CRVS n'ont pas de véritable fonction ni de mission de veille stratégique. Elles souhaitent développer la veille d'abord à leur niveau afin de convaincre ensuite leur direction d'investir des moyens conséquents. Elles cherchent non seulement des arguments mais aussi des astuces pour installer un embryon de veille à peu de frais avant d'obtenir des moyens adéquats. Nous pouvons leur conseiller à ce moment un pré-diagnostic réalisé par des consultants dans le cadre du programme Cogito ou la définition d'une mission pour un étudiant stagiaire.

Il y a également parmi les visiteurs du CRVS des personnes qui veulent être reconnues au niveau de la direction nationale, européenne etc. de leur groupe pour développer le poids de leur site régional. Exemple : un site qui a déjà un service organisé de recherche et développement choisit d'ajouter une mission de veille transversale pour le marketing et le développement.

>> Le besoin d'information est peu formalisé

Des personnes viennent au CRVS en disant par exemple : « je veux surveiller tous mes concurrents partout dans le monde » ou encore « je veux exporter en Roumanie, vous avez des informations sur mon marché ? ». **L'enjeu de la veille n'est pas toujours suffisamment défini.** La veille peut ne pas être liée à la stratégie de l'entreprise, ou bien sa portée stratégique ne pas être explicitée à toutes les parties concernées. C'est par exemple la situation quand la veille est utilisée de manière cloisonnée, pour des missions propres à chaque service : elle sert alors plus des objectifs opérationnels qu'un projet global de pilotage de l'entreprise.

Le cadrage et le réalisme nécessaires d'une démarche de veille ne sont pas toujours bien compris. **L'étape de réflexion préalable à la mise en place d'une surveillance pertinente** implique de formaliser un besoin précis. Certains estiment peut-être que c'est une perte de temps, lorsqu'il s'agit d'être pragmatique, en terme de moyens humains et financiers. Or une problématique de veille n'est pas une demande d'un état de l'art sur un sujet mais **une question cadrée et limitée dans le temps.**

Selon les axes de veille prioritaires pour l'entreprise, la démarche pourra prendre une ampleur plus ou moins importante. **Le retour sur investissement est crucial dans les entreprises aujourd'hui : si l'on sait d'où l'on part et où l'on va, le système de surveillance sera mieux dimensionné et plus efficace, ses résultats plus conformes aux attentes.**

Une responsable de veille témoignait clairement de cela : « tant que je ne sais pas pourquoi mon interlocuteur veut une information, je refuse de commencer une recherche ou une veille ». **Connaître la finalité de la recherche ou l'usage futur des résultats attendus influe sur la recherche.** Cela nous paraît évident en tant que professionnels de l'information, mais cela ne l'est pas forcément pour tous les salariés.

Il existe également **un comportement de facilité face au besoin d'information**, qui consiste en une sorte de résignation quant aux possibilités des sources connues, même si elles sont lacunaires ou mal interrogées.

De même, **à force de s'intéresser toujours à son environnement extérieur, l'entreprise peut oublier de se protéger.** Parfois, le visiteur remarque lors d'une démonstration de veille concurrentielle au CRVS que ses concurrents doivent pouvoir trouver autant d'informations sur lui que lui sur eux. Il y a alors une prise de conscience de la nécessité de définir et de protéger les informations vitales de l'entreprise. Cette empathie bénéfique invite l'entreprise à une remise à plat de ses politiques de communication et de confidentialité. Pour illustration, il faut rappeler l'étonnement des dirigeants d'entreprises lorsqu'ils apprennent que toute information une fois publiée sur Internet ne leur appartient plus (elle peut par exemple être copiée dans le cache de Google ou dupliquée sur d'autres sites web etc.).

>> L'usage de l'information est répandu mais devenu « transparent »

Nous avons constaté que certains de nos interlocuteurs listent facilement leurs sources de type « classique » : papier, terrain, salons etc., mais que la manière dont ils les exploitent est beaucoup plus floue. On observe toujours d'une part **un phénomène d'accumulation des données** (stockage rassurant) et d'autre part **une attirance vers le media facile** qu'est

Internet. En parallèle, nous voyons dans la méconnaissance ou la difficulté d'usage des bases de données commerciales (sur agrégateurs et serveurs spécialisés) le signe de sources d'informations peu variées. Il y a encore une **sous-citation et une sous-exploitation des sources internes** et des réseaux relationnels des collaborateurs (70% des informations recherchées à l'extérieur existent déjà dans l'entreprise).

>> **Exemple de démarche : de nouveaux capteurs pour de nouvelles synthèses**

Organisation d'une veille marketing (secteur : produits industriels et domestiques) Des relations hiérarchiques classiques : le responsable marketing est hors du circuit d'information des équipes commerciales régionales. Il n'a pas les moyens d'exiger des retours d'informations, contrairement au directeur commercial : flux montant inhérent à leur mission, principalement remontées des chiffres de ventes.

Le responsable marketing recherche des infos régulières sur le marché, de type tarifs, promotions, nouvelles gammes des concurrents.

En accord avec le directeur commercial, il demande aux commerciaux des remontées nouvelles, ciblées et explicitées (besoin de capteurs et demande d'un état de vigilance sur le terrain) : création d'un nouveau flux d'informations.

Dans cet échange gagnant-gagnant, il diffuse aux commerciaux des synthèses mensuelles à forte valeur ajoutée sur l'actualité concurrentielle, notamment les « offensives prix » ciblées géographiquement. Cela donne une perspective élargie aux commerciaux par rapport aux actions des concurrents à venir sur leur terrain (besoin latent) : ils ont désormais une vision transrégionale des politiques concurrentielles.

Notons ici les freins surmontés : le responsable marketing a réussi à solliciter des commerciaux et à mobiliser leur intérêt. Rappelons le contexte : d'une part le portefeuille clients est le pivot de leur carnet de commandes à propos duquel ils ne partagent que le strict minimum d'informations, et d'autre part, il n'y a pas de lien hiérarchique ni de contrainte possible entre eux. Les forces de vente ont fait la preuve de leur bonne volonté suite à la compréhension d'un intérêt commun.



Cela rappelle que le réflexe de remonter des informations n'est jamais naturel : pour qu'il devienne une habitude, il faut au départ une demande expresse de transmission de l'information ou une sensibilisation « culturelle » dans l'entreprise.

> CONCLUSION

Les entreprises saisissent globalement ce qu'est la veille, mais seules les plus avancées en saisissent tous les enjeux.

Aujourd'hui, dans l'ensemble, les entreprises définissent un peu mieux leur besoin d'information, sans toutefois rationaliser leurs efforts de veille, optimiser leurs ressources internes et externes ou exploiter à 100% les données collectées.

Il semble que le CRVS leur soit très utile dans une sorte de « maïeutique » : défricher leurs besoins réels de veille, développer leurs usages stratégiques de l'information et surtout optimiser son exploitation. Quelques entreprises se détachent du lot, par la conviction de leurs dirigeants ou bien par la motivation d'un collaborateur qui a une « âme de veilleur » et qui se trouve à un poste essentiel pour une démarche de veille.

Ces sociétés, qui « savent ce qu'elles ne savent pas », ne cherchent pas un accompagnement classique de type sensibilisation car elles ont des besoins bien ciblés, en terme d'expériences ou d'outils de veille. Pour satisfaire leurs exigences de progrès, nous leur proposons depuis 2005 des actions de perfectionnement, comme les Master Class de la veille et de l'IE, des ateliers-débats thématiques au CRVS ou encore un cadre d'échanges dans l'association des praticiens de l'intelligence économique.



CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE COLMAR ET DU CENTRE-ALSACE

Service « Industrie et Services à l'Entreprise »

Anne FOURNIER ROFFET, Chargée de veille

1 place de la gare - BP 40007 - 68001 COLMAR CEDEX

Tél. : 03 89 20 20 73 - Fax : 03 89 20 21 24

<http://www.colmar.cci.fr> afournier@colmar.cci.fr

Les jeunes et le besoin d'information

Michèle ARCHAMBAULT

Professeure documentaliste

Présidente de la FADBEN Alsace (Fédération des documentalistes de l'éducation nationale)

> INTRODUCTION :

>> Définition des termes / Analyse critique de la question et proposition d'angle d'étude

Les jeunes et le besoin d'information, tel est l'intitulé de la question qui est posée. Avant de tenter une réponse, on peut s'autoriser un point de vue sur son intitulé.

Les jeunes et le besoin d'information.

Pourquoi les jeunes ? Comme nous le verrons, le terme est utilisé comme un générique par tout le monde et à tous les niveaux de la réflexion, de la recherche et de la pratique. On se demande donc :

- En quoi l'âge joue-t-il un rôle dans la question du besoin d'information ?
- Le besoin d'information serait une notion qui évolue avec l'âge de l'individu ?
 - > Qui grandit avec lui ?
 - > Vieillit avec lui ?
 - > L'âge serait un profil en soi ?
 - > Qui n'a besoin de s'adjoindre aucun autre critère pour faire sens ?

Pourquoi une catégorisation si radicale et si simpliste ? Le "jeune" n'est pourtant pas un concept ?



Si l'on regarde les thématiques abordées lors de cette journée, on constate qu'il a été question :

- du besoin d'information comme objet de recherche universitaire
- du besoin d'information des structures comme l'entreprise ou l'organe de presse, ce qui a impliqué une réflexion sur les types de production induits
- du besoin d'information comme élément d'une réalité économique, puis, pour finir
- du besoin d'information chez les jeunes.

Après l'étude du concept théorique puis celle de la réalité professionnelle, on fait un pas de côté vers une **représentation** qui souvent flirte avec le cliché ou l'idée reçue : **les jeunes**.

>> **Qu'est-ce qu'un jeune ?**

Quel besoin commun entre un jeune ouvrier et un jeune chef d'entreprise ? Un jeune diplômé à la recherche d'un emploi et un jeune sans qualification dans la même situation ? Un jeune étranger en cycle d'approfondissement ou de spécialisation universitaire et un jeune immigré en situation précaire, voire illégale ? Un jeune garçon en apprentissage et une jeune fille en CPGE ? Et, pour aller dans l'absurde de la démonstration, un jeune cadre dynamique et un jeune retraité ?

Le qualificatif jeune n'est pas pertinent en soi et le fait que la question se pose en ces termes démontre que la pensée actuelle sur **les questions liées aux mutations sociales induites par l'évolution des technologies** (car là est bien la question) emprunte souvent les voies raccourcies de la démagogie en ciblant, par exemple, une population qui intéresse tout le monde (le particulier, le monde de l'éducation, le monde du travail, le politique...) sans définir réellement de qui il s'agit. Il y a donc là une vraie source de questionnement, un réel débat à lancer.

Il faut donc redéfinir la question, c'est à dire rechercher le lien entre le besoin, l'offre et l'usage de l'information chez un **public jeune**, défini comme un groupe ayant un certain nombre de points communs identifiés.

Etre jeune, d'après le Petit Robert, c'est être peu avancé en âge. Les synonymes associés sont adolescent, jeune adulte, jeunes gens, les 13-18 ans.

On ne peut donc associer les termes "jeunes" et "besoin d'information" hors d'un contexte de formation. En effet, à partir du moment où on identifie "les jeunes" comme un groupe qui se situe entre 13 et 18 ans, on admet qu'il s'agit d'un public en formation (initiale, professionnelle ou autre).

Le besoin_d'information est le besoin d'un objet (l'information) qui peut naître d'une commande ou spontanément. On peut dissocier dans le besoin d'information chez un public jeune :

- l'exigence née d'une commande institutionnelle (l'école par exemple; on pourra alors parler de pression sociale) et qui va relever de la contrainte
- de l'exigence née d'un sentiment de nécessité qui est plus la manifestation d'un désir.

Pour analyser le besoin d'information chez le public jeune en formation, on va donc devoir se pencher sur :

Le contexte de formation aujourd'hui, qui se situe à plusieurs niveaux. On s'intéressera particulièrement aux discours portés sur la société de l'information et à ceux portés par l'école.

1) La société de l'information

Les priorités définies en novembre 2005 à Tunis par le SMSI² (Sommet Mondial de la Société de l'Information qui réunit des organismes (états, entreprises, associations) qui créent l'Internet) sont :

- Sensibiliser les jeunes à la fracture numérique (On note là, comme il était dit en introduction que le terme « jeune » est utilisé comme générique.)
- Fournir des outils permettant d'aiguiser le sens critique des jeunes face aux TIC
- Développer et exercer chez les jeunes des compétences leur permettant de se situer et de prendre position dans les grands débats actuels portant sur la communication, le

² Pour plus d'information consulter le site à l'adresse : <http://www.itu.int/wsis/index-fr.html>

traitement et la diffusion de l'information ainsi que l'accès à l'information

- Prendre connaissance et développer des pistes d'action

Il s'agit d'un véritable programme d'éducation citoyenne.

2) Au sein de l'école

Le MEN (Ministère de l'Education Nationale) a élaboré un projet de socle commun de connaissances et de compétences. Les domaines concernés sont :

- La maîtrise de la langue française
- La maîtrise des principaux éléments de mathématiques
- Une culture humaniste et scientifique permettant le libre exercice de la citoyenneté
- La pratique d'au moins une langue vivante étrangère
- **La maîtrise des techniques usuelles de l'information et de la communication**

Les ambitions affichées au SMSI d'une formation intellectuelle des jeunes [aiguiser le sens critique / développer des compétences permettant la participation à de grands débats...] sont ici réduites à la seule volonté d'une formation technique.

D'une nécessaire réflexion sur l'articulation entre :

- l'environnement informationnel, autrement dit l'offre, "l'objet information"
- les pratiques courantes chez les jeunes, l'usage qu'ils font et des techniques et des contenus
- et le besoin identifié c'est à dire les points de convergence et de divergence entre la contrainte et le désir, les liens entre le capital culturel, les connaissances acquises et la création du besoin,

on glisse insidieusement vers une application sans fondement épistémologique.

D'une réflexion fondamentale sur les enjeux sociétaux liés à la formation intellectuelle des jeunes, on passe à l'injonction dissimulée de former à la manipulation aveugle d'outils.

On ne prend pas la peine de poser les éléments d'une recherche théorique fondamentale.



On a créé une situation où c'est l'avenir de l'outil qui prime et donc conduit le débat et la réflexion.

On a créé une situation où l'on demande aux professionnels de la documentation scolaire et universitaire en charge de la formation des jeunes de réfléchir au besoin d'information en excluant la démarche scientifique qui voudrait que l'on analyse des faits (la réalité de l'environnement informationnel, les pratiques spontanées et courantes), pose des hypothèses, se réfère à des théories et par là tente une réponse.

Il semble donc important pour parler des jeunes et du besoin d'information sans tomber dans le lieu commun, d'étudier cette articulation laissée pour compte.

>L'ENVIRONNEMENT INFORMATIONNEL : L'OFFRE D'INFORMATION

L'environnement informationnel des jeunes ne diffère pas totalement de l'environnement informationnel des autres publics.

Existent l'environnement contrôlé et l'environnement libre.

>> L'environnement contrôlé

C'est l'environnement créé par l'institution (collège, lycée, université, centre de formation ou d'apprentissage) : la bibliothèque, la médiathèque, le centre de documentation.

Ce sont des espaces documentaires physiques protégés répondant à l'objectif précis qui est de rendre le public capable par la formation ou l'auto-formation de se documenter et de s'informer. Ces espaces sont définis comme au service de l'éducation et de l'enseignement qui ont pour but l'apprentissage de la citoyenneté et la construction de savoirs par l'acquisition de connaissances. Ce sont des :

- Espaces où l'information a donc été préalablement validée par un professionnel, où les notions de pertinence (offrir l'information adaptée et spécialisée) et de fiabilité de l'information ainsi que celle de protection du public sont essentielles. [on y pratique le traitement traditionnel du document et de l'information : catalogage, indexation,

classification selon des normes, utilisation d'un logiciel de traitement et de recherche documentaire]

- Espaces où l'on va donc opérer une censure qui sera justifiée par les missions dévolues à l'institution. [choix opérés lors de l'élaboration de la politique documentaire]
- Espaces où l'offre ne sera pas exhaustive.
- **Espaces qui nécessitent une formation** à leur utilisation donc un encadrement.
- Espaces qui restreignent la liberté de l'utilisateur par le nécessaire apprentissage des langages documentaires (requêtes d'interrogation, lecture de résultats) d'une part et l'incontournable formation par paliers (déplier la démarche de recherche documentaire : questionnement, identification et formulation du besoin, interrogation du système, collecte, traitement...).

L'environnement contrôlé ce sont aussi des **espaces documentaires numériques protégés** répondant au même objectif que les espaces physiques protégés.

- Espaces ressources dans les ENT, où l'information (numérique ou numérisée) est sélectionnée, contrôlée, validée et surveillée en permanence. L'ENT c'est aussi un espace où chaque usager dispose de son environnement propre, adapté à ses besoins ; c'est donc la possibilité de s'informer, se documenter pour communiquer.
- Accès sécurisés à l'Internet, avec mise en place de filtres, contrôles et verrous choisis en fonction des objectifs de la structure.
- **Espaces qui nécessitent également une formation** à leur utilisation (espaces ressources des ENT) ou un accompagnement dans l'interrogation (Internet sécurisé). En effet, l'accès immédiat au document primaire entretient chez l'utilisateur, jeune ou pas, l'illusion d'une plus grande liberté et éclipse le besoin de formation.

>> **L'environnement libre c'est le libre accès à l'Internet, sans restriction.**

C'est l'environnement que l'on peut trouver dans les structures qui l'autorisent (là encore la politique mise en place prime) où chez soi. Les évolutions actuelles faisant que la masse informationnelle déjà considérable, devient



gigantesque, l'environnement libre va nécessiter une formation différente. Pourquoi gigantesque ? : on trouve des informations disponibles sur les sites mais maintenant on partage encore plus librement l'information sur les chats, blogs [une enquête récente montrait que 80% des blogueurs ont moins de 24 ans] ou par le peer to peer.

Il sera question ici d'apprentissage de la liberté et de l'autonomie plutôt que de la formation à l'outil ou au système d'information.

Il sera question ici de formation à l'information (recherche et extraction de l'information dans un document / notions de droit à l'information et de droit de l'information) plutôt que de formation à la recherche documentaire (recherche de documents porteurs d'informations), de formation à la lecture de documents primaires plutôt que de formation à la lecture de documents secondaires, voire tertiaires.

Aujourd'hui le public jeune en formation baigne dans les deux environnements (contrôlé et libre) et subit des injonctions contradictoires.

Exemples :

- alors que le BII (aux deux niveaux) comporte un module d'évaluation de l'utilisation des outils de communication, il est interdit aux élèves dans la grande majorité des structures documentaires scolaires d'utiliser sa messagerie, sans parler des forums
- des formations à la lecture de résultats sur Internet sont mises en place et dans le même temps sont élaborées des règles très contraignantes d'accès, des chartes d'utilisation très restrictives
- à l'inverse on met en garde contre le manque de fiabilité d'Internet tout en renvoyant à du Wiki
- on rejette la lecture sur écran, la lecture d'un hypertexte tout en exigeant l'élaboration de raisonnement par arborescence
- on inscrit dans les programmes disciplinaires la nécessité de travailler une démarche de recherche et de traitement de l'information tout en supprimant les dispositifs

pédagogiques, terrains propices d'expérimentation, comme les TPE (travaux personnels encadrés)....

L'offre est là, l'usage s'adapte (on le verra plus loin) et l'on tente de tordre le tout pour le faire entrer dans un cadre qui n'a le mérite que d'assurer, de conforter les professionnels dans leur rôle désigné de maître de l'environnement, garde fou super protecteur.

A vrai dire, on apprend un peu aux jeunes à nager sur un tabouret.

Niant l'aspect systémique de l'environnement informationnel actuel (environnements divers, complémentaires), on leur interdit une immersion accompagnée.

On crée des voies de passage obligées qui n'ont pas lieu d'être et ne font que brouiller les pistes, on crée un labyrinthe duquel ils ne peuvent sortir.

On crée chez eux une dualité au lieu de les former à la prise de décision responsable.

Cet état de fait explique et peut-être même conditionne les pratiques courantes chez les jeunes.

>> LES PRATIQUES COURANTES : L'USAGE

Quelle pratique observe-t-on chez les jeunes qui recherchent une information ? Deux cas de figure sont possibles :

- ils sont encadrés (la recherche se fait dans le cadre d'une activité précise), ils suivent le protocole indiqué (recherche dans un logiciel ou sur l'Internet de façon guidée)
- ils font une recherche non commandée (recherche personnelle motivée), ils utilisent systématiquement un moteur de recherche avant de se rabattre sur d'autres sources, d'autres supports, si le résultat n'est pas convainquant.

On constate généralement :

- Une posture systématique d'interrogation (la recherche documentaire ou d'information est, depuis la

généralisation de l'accès à Internet, devenue une évidence, voire un réflexe). Ceci n'était pas le cas lorsqu'il fallait interroger des fichiers ou des bases de données de façon plus complexe. C'est donc l'environnement informationnel libre qui est choisi en premier lieu par les jeunes : recherche sur Internet par le biais d'un moteur plutôt qu'un annuaire, par google plutôt qu'un autre moteur ou méta moteur. L'environnement numérique contrôlé est le deuxième choix. La recherche sur logiciel documentaire est toujours sélectionnée en dernier lieu, même parfois après le bulletinage sauvage dans un fonds papier. Cependant l'utilisation de protocoles propres à certaines structures ne pose pas de problème (ex : recherche sur Gallica), comme si les difficultés liées au mode d'interrogation de ces structures (mode le plus souvent inconnu) étaient effacées par le support (internet).

- Une absence d'inhibition face à l'outil de recherche quel qu'il soit, une grande familiarisation avec les technologies et, en même temps, une indifférence revendiquée aux conseils méthodologiques.
- Une mise en réseau « naturelle » : le travail collaboratif ne fait pas peur et le processus collectif se met facilement en place. La possibilité offerte de communication à distance favorise le partage des tâches et accroît le nombre de sollicitations de part et d'autre.
- Une absence de questionnement élaboré quel que soit l'outil de recherche : les questions sont formulées en langage naturel sans mise en forme, sans souci de construction. Les jeunes s'adressent à l'outil comme à n'importe quel interlocuteur. "Je pose une question, je prends la réponse." On note donc que les formations dispensées ne sont pas systématiquement réinvesties, qu'elles ne font pas sens.
- Une mobilisation systématique des connaissances avant l'interrogation lorsqu'il s'agit d'une recherche personnelle ce qui entraîne une question pertinente et donc une réponse appropriée et satisfaisante.
- Un cloisonnement des connaissances lors d'une question de commande, ce qui entraîne une question non comprise,

non assimilée, non intégrée et donc une réponse incomplète ou incorrecte.

- Une pratique multimodale³. En effet, l'utilisation du multimédia permet de développer une relation très élaborée entre l'utilisateur et les contenus auxquels il accède par une **multiplication des modes cognitifs** : la lecture de l'association texte / image / son / d'une part et le traitement intellectuel de chaque mode de restitution qui en est fait d'autre part.

- → des aptitudes techniques certaines non motivées ni guidées par la mise en mouvement d'une démarche intellectuelle, non mises au service d'une réflexion
- → des usages contrariés par un immobilisme pédagogique né d'un manque de références dans le domaine

L'observation de ces pratiques nous montre⁴ donc, outre le fait que le besoin d'une recherche d'information crée une situation de communication (avec un outil ou une personne) :

- La variation d'attitudes face au besoin né d'une contrainte ou à celui né d'un désir personnel. Ce constat se fait par l'étude du taux de réponses satisfaisantes aux interrogations de systèmes. (Taux très supérieur lors d'une recherche personnelle). Un jeune qui cherche un résultat sportif, les dates d'un concert où la programmation d'un cinéma n'a aucun problème pour trouver vite la réponse exacte. Le même jeune, face au même type de questions (ex : spécificité des jeux olympiques de 1936, manifestations à Salzburg dans le cadre de l'année Mozart, filmographie d'Orson Wells) lorsqu'elles sont exigées par l'institution dans un cadre pédagogique strictement encadré éprouvera plus de difficultés. Dans le premier cas, la recherche sera rapide et performante, dans le deuxième, laborieuse et souvent

³ Terme emprunté aux psychocogniciens

⁴ Il s'agit de constats faits lors d'observations en milieu scolaire et s'appuyant sur une pratique et des statistiques à usage interne, non de résultats d'enquêtes scientifiques.

inefficace. Dans le deuxième cas, le plus souvent, on impose au jeune un parcours fléché qui entre en conflit avec sa pratique naturelle née d'une adaptation à l'environnement. On le met dans la situation où l'on mettait les gauchers que l'on forçait à écrire avec la main droite dans les années 50. On constate également qu'une question personnelle induit le réflexe d'une mobilisation des connaissances. André Tricot⁵ nous a appris que plus une personne a des connaissances plus elle a conscience de ses manques, plus elle élargit son champ d'investigation et donc identifie son besoin d'information, en prend clairement conscience. Le capital culturel et le besoin d'information sont donc liés. Ceci est visible chez le public jeune et se manifeste non par une formulation plus précise du besoin d'information mais par une fréquence moins importante d'interrogation et une rapidité accrue dans la démarche. Le jeune qui identifie clairement son besoin d'information cherche moins et trouve plus vite. Celui qui n'identifie pas son besoin est perpétuellement en quête et reste insatisfait. **On se trouve dans la situation paradoxale** où celui qui cherche tout le temps (manipule sans cesse) n'apprend pas à cerner son besoin et, à l'inverse, celui qui sait identifier le besoin, poser et traiter une question passe moins de temps devant les systèmes.

- L'observation de ces pratiques nous montre donc également que la maîtrise des outils et techniques n'est pas une question de fond.

>> LE BESOIN D'INFORMATION

Poser la question des jeunes et du besoin d'information est un faux problème. C'est poser la question du

- "de quoi ai-je (point de vue de l'utilisateur) [avez-vous] (point de vue du professionnel) besoin"
- question à laquelle on répond par "comment répondre à ce besoin, comment trouver ce qui est demandé"
- alors que la clé se trouve dans le "pourquoi".

⁵ IUFM de Toulouse, pour consulter certains de ses travaux
<http://perso.wanadoo.fr/andre.tricot/AndreTricot.html>

Si l'on reprend les exemples de recherche d'information cités plus haut : un jeune qui cherche un résultat sportif, les dates d'un concert où la programmation d'un cinéma n'a aucun problème pour trouver vite la réponse exacte car il sait exactement pourquoi il a ce besoin (il adapte sa stratégie à son objectif). Le même jeune, face à la question de la spécificité des jeux olympiques de 1936, des manifestations à Salzburg dans le cadre de l'année Mozart ou de la filmographie d'Orson Wells, s'il n'a pas identifié le pourquoi (l'objectif de la recherche), c'est à dire questionné le sujet plus avant en le situant dans un contexte, en le replaçant dans le cadre d'un cours, d'une intervention, d'une manifestation etc..., en le confrontant à des connaissances acquises, en le connectant à des savoirs construits sur ces connaissances, éprouvera des difficultés car il se bornera à chercher comment trouver l'information exigée, selon une méthode ou des critères spécifiques qu'on lui aura imposés. Il trouvera certes des informations mais n'obtiendra pas satisfaction... et n'apprendra peut-être pas grand chose. **Là encore, former le jeune à identifier ce dont il a besoin sans l'amener à se poser la question du pourquoi (pourquoi cette question, pour faire quoi ensuite, dans quel but, dans quel objectif, avec quelle perte ou quel gain à la clé ?) c'est entrer dans une démarche fonctionnaliste (stimulus- réponse) c'est considérer que la collecte de l'information en soi est l'objectif à atteindre et donc nier la dimension intellectuelle de l'identification du besoin d'information (combien de jeunes rendent des devoirs qui répondent exactement à la question posée et sont incapables d'en faire un simple commentaire uniquement parce qu'ils ont pratiqué avec habileté le « copier - coller » ?)**

Ainsi, pour résumer :

Les jeunes et le **besoin** d'**information**

Les jeunes sont donc le public 13- 18 ans, en formation.

Le **besoin** naît d'une pression sociale, d'une commande institutionnelle, donc d'une contrainte ou d'une nécessité individuelle, ce qui relève plus du désir.

L'**information** est un objet du besoin et un objet de formation.



Le besoin d'information trouve sa satisfaction dans une **situation de communication**, avec une personne (c'est la relation pédagogique) ou avec un outil. Cette situation implique une prise en compte de **l'offre informationnelle** (environnement construit et proposé : "l'objet information" + l'environnement technique).

L'environnement conditionne des **pratiques** qui renvoient aux situations de communication établies et à la gestion effectuée de l'offre informationnelle.

C'est donc la question de la **réponse professionnelle face aux pratiques d'un public jeune** qu'il faut poser (question qui regroupe celles de la gestion de l'environnement, de son organisation et de la formation à l'information) et non celle du besoin d'information.

C'est la question de l'analyse globale qu'il faut traiter : **l'utilisateur, avec ses pratiques, dans un environnement existant et en mutation.**

C'est une réflexion systémique qu'il faut développer, en prenant appui sur l'observation des usages.

Or que constate-t-on ?

- 1) Les formations dispensées ne sont pas rentables d'un point de vue pédagogique car elles ne sont pas adaptées. On fait du besoin d'information la question centrale, se souciant de former à son identification mais sans se préoccuper de l'accompagnement à mettre en place ni du type de formation qu'il faut développer → il faut mener une réflexion sur leur conception, leur contenu, leur place dans les programmes d'enseignement et de formation. **Il faut réfléchir au besoin de formation des jeunes plutôt qu'à leur besoin d'information.**
- 2) Les possibilités offertes par les moteurs de recherche et la recherche plein texte sont une vraie concurrence aux autres systèmes de recherche → il faut cesser dans les milieux pédagogiques de leur tourner le dos et, au contraire, travailler à leur intégration dans les bases de données des structures, cesser de confondre l'expertise dans la recherche (le domaine des professionnels ou des spécialistes d'un domaine) et l'aptitude à la recherche (domaine du particulier curieux et néophyte)

Il faut donc retravailler la question et axer la formation sur la notion de **reconnaissance de l'information** : la question n'est plus de savoir "trouver" donc interroger mais d'être capable de **différencier, discerner, distinguer, opérations mentales** qui semblent celles requises par le SMSI pour faire passer ses priorités.

Un travail sur la langue et les langages, sur les types de lectures possibles est indispensable si l'on veut former des jeunes personnes à exercer un esprit critique, à comprendre les enjeux et dimensions de débats citoyens.

Tout ceci implique au préalable d'inscrire une réflexion sur les notions en information- documentation à travailler en milieu scolaire : notions de ressource, de nature, de document, de donnée, d'information...

De même, différencier l'environnement technologique de la documentation sera essentiel pour éviter les confusions conceptuelles que l'on voit déjà poindre (le cinquième point du projet de socle commun n'en est-il pas le signe ?).

Il est donc bien question de ne pas confondre formation technique et formation intellectuelle, de ne pas réduire la formation à l'information à une formation méthodologique aux outils.

Ce qui veut dire qu'il est temps de tourner le dos :

- aux fausses définitions (la fracture numérique ne réside pas dans le fait que certains possèdent un ordinateur et d'autres pas, mais dans celui, plus grave, que certains n'ont aucune distance face à ce que l'outil leur propose [on peut faire ici le parallèle avec la télévision, mesurer l'échec de l'école dans le domaine de l'éducation aux média audio-visuels et en tirer la leçon])
- aux faux principes (Internet est dangereux, la maîtrise totale du contenu par les formateurs est la seule réponse)
- aux peurs absurdes (le livre va disparaître).

Sans affirmation d'un travail intellectuel dans le domaine de l'information -communication en milieu scolaire, on restera dans la duperie, on confortera l'idée auprès des jeunes que tout s'obtient grâce à l'habileté technique, on fabriquera des consommateurs et non des usagers responsables, on freinera par là -même l'accès à la connaissance.

Ensuite seulement, il pourra être question du besoin d'information, car il y aura connaissance et conscience des enjeux d'une démarche de recherche.

L'information comme transaction sociale : une relecture sociologique du don/contre-don d'information

Philippe ALDRIN

Maître de conférences en sociologie

IUT Robert-Schuman de Strasbourg

> « GENS DE MÉTIER » ET « CHERCHEURS » : REDÉFINIR LES TERMES DE L'ÉCHANGE

Contre un jugement hâtif et pourtant très diffus dans nos univers professionnels respectifs, « gens de métiers » et « chercheurs » se rencontrent très régulièrement. Et le thème qui nous a rassemblé aujourd'hui ne fait pas exception. Les acteurs sociaux qui exercent une profession en prise avec l'information portent une attention régulière aux travaux de recherches publiés traitant de leur domaine direct ou indirect d'activité. C'est le cas des métiers de l'information dont il a été plus précisément question aujourd'hui : journalistes, documentalistes, conseillers en veille stratégique. De leur côté, les chercheurs intéressés par ses métiers et leurs pratiques vont à la rencontre de ces professionnels pour les questionner ou les observer en situation. La rencontre et le dialogue existent donc, en dehors du cadre organisé, formel pourrait-on dire, d'une journée d'études comme celle-ci. L'intérêt singulier de cette dernière consiste précisément à sortir d'un rapport lecteur-auteur ou observateur-observé pour entrer dans un autre type de rapport, celui de l'échange de points de vue sur des problématiques communes. Les questions que posent aujourd'hui les besoins et les usages de l'information dans notre société relèvent bien, me semble-t-il, de ces problématiques communes. Et cette journée est née du



projet de créer un espace où praticiens et chercheurs pourraient croiser leurs réflexions en cours sur de telles problématiques. Il ne s'agissait donc pas d'opposer témoignage et analyse, de mettre dos à dos détenteurs de savoirs pratiques et producteurs de discours savants, mais bien plutôt de discuter ensemble des pistes, des intuitions, des questionnements qui nous travaillent les uns et les autres.

Ce type de discussion n'est tout à fait fructueux qu'à la condition que, d'une part, les « gens de métier » acceptent de se livrer à un examen libre, lucide et honnête des savoirs pratiques qu'ils ont de leur activité et que, d'autre part, les « chercheurs » en sciences sociales⁶ acceptent d'approcher leurs connaissances au plus près de la réalité, au plus près de l'univers vécu. Documentaliste, experts en veille, journaliste, chercheurs, généticien, enseignants, nous sommes tous ici pleinement « gens de métiers » au prise quotidiennement avec de l'information que l'on transmet, recherche ou propose. Et, comme Sophie Kennel⁷ nous a invités à le faire en ouvrant cette journée, nous avons intérêt (et envie, sans quoi nous ne serions pas réunis ici) à « lever le nez du guidon ». Car, comme un intervenant l'a rappelé avec humour, on peut pédaler et bien pédaler toute sa vie, voire gagner le Tour de France, sans connaître les lois de la gravitation universelle. En tant que « gens de métier », nous avons tous nos routines, nos habitudes, nos certitudes qui nous permettent de *fonctionner*, d'*être professionnels* sans nous remettre continûment en question. A ce titre, les protocoles, les dispositifs, les systèmes qui ont été décrits aujourd'hui ressemblent étonnamment aux « boîtes noires » des chercheurs qu'évoquait Jean-Michel Utard⁸ ce matin. La vocation bien comprise de cette journée d'études était justement là : « lever le nez du guidon » pour nous regarder ensemble pédaler et dialoguer. Reconnaître en somme nos « boîtes noires » respectives, pour les ouvrir et y faire entrer un peu de jour. Programme ambitieux mais plein de promesses.

⁶ Par sciences sociales, j'entends celles représentées aujourd'hui : les sciences de l'information et de la communication, la sociologie et la psychologie sociale.

⁷ Voir Sophie Kennel, « Information : besoins et usages. Introduction à la problématique de la journée », Communication à la Journée d'Etudes « Information : besoins et usages », Rencontres *Thémat'IC*, Département Information-Communication (IUT Robert-Schuman, Strasbourg III), 17 mars 2006.

⁸ Voir Jean-Michel Utard, « Pratique et théorie : recherche croisée », Communication d'ouverture à la Journée d'Etudes « Information : besoins et usages », Rencontres *Thémat'IC*, Département Information-Communication (IUT Robert-Schuman, Strasbourg III), 17 mars 2006.

Alors, avons-nous réussi ? Je le crois. Et d'abord parce que je repars ce soir avec des questions nouvelles sur mes objets de recherches ou mon métier d'enseignant. Je voudrais les partager avec vous et, ce faisant, revenir avec l'angle de vue qui est le mien – celui de la sociologie – sur les interventions qui ont jalonné cette riche journée.

> LA DIMENSION RELATIONNELLE DE L'INFORMATION

L'information est une notion sur laquelle les divergences sont plus répandues que les points d'accord. La définition de l'information dépend au fond de qui s'en saisit et ce qu'il en fait. Si l'information est habituellement définie comme un *input réduisant l'incertitude* pour les sciences de l'information (dans la tradition de l'analyse cybernétique initiée par Norbert Wiener), elle peut également être vue comme *une ressource de pouvoir* pour la sociologie des organisations (telles qu'analysées par Michel Crozier et Erhard Friedberg), ou encore pour les sociologues comme *un bien immatériel à valeur symbolique relative* (si l'on regarde du côté de la sociologie interactionniste et d'Erving Goffman). Mais, dans une « vieille démocratie » comme la nôtre, l'information et les conditions de sa liberté renvoient immédiatement aux principes constitutifs de la démocratie moderne : un pouvoir d'Etat rendu transparent, donc juste et modéré, grâce à l'existence d'un espace public où s'exercent les libertés d'opinion, d'information et de conscience. Cette information citoyenne fait écho à la fois à la tradition humaniste de promotion de la connaissance que font vivre notamment les documentalistes et au rôle de contre-pouvoir libre et critique qu'incarnent les journalistes (ou de « quatrième pouvoir ») et les intellectuels. S'il existe donc bien des façons de se saisir des problématiques de « l'information », il apparaît que celle-ci est toujours l'objet d'un enjeu, d'une exigence réciproque. Elle est toujours au fond une transaction.

Dans son intervention, Brigitte Simonnot⁹ a d'ailleurs rappelé que le mot « information » désigne la « consignation de connaissances dans le but de leur transmission ». En termes

⁹ Voir Brigitte Simonnot, « Le besoin d'information, pratiques et compétences », Communication à la Journée d'Etudes « Information : besoins et usages », Rencontres *Thémat'IC*, Département Information-Communication (IUT Robert-Schuman, Strasbourg III), 17 mars 2006.

concis, cette définition met en exergue le caractère fondamentalement social de l'information. D'abord, parce qu'il n'existe pas d'information brute : elle est toujours le résultat d'un travail de recueil, de mise en ordre, de mise en forme (ce que contient l'idée générique de consignation). Ensuite, parce que ce travail premier sur l'information est toujours destiné à sa transmission : l'information n'a de valeur que parce qu'elle est susceptible d'intéresser d'autres personnes que les personnes qui la consignent. Et c'est justement parce qu'ils lui prêtent une valeur d'échange (présente ou future) que les détenteurs d'une information endossent le rôle de « consignateurs ».

D'un point de vue sociologique, l'existence même d'une information suppose donc une mise en relation, médiate ou immédiate, entre détenteurs et demandeurs, c'est-à-dire une interaction d'échange. Or, comme toute interaction, cet échange d'information implique l'existence et la reconnaissance de *rôles différenciés* (investigateur, compilateur, consignateur, promoteur, public, usager, etc.) et l'existence d'un *cadre d'interaction* (média, marché, tout lieu matériel ou virtuel qui concentre, stocke et classe de l'information) où ceux-ci se rencontrent. Dans nos sociétés fortement différenciées¹⁰, les principaux rôles attachés à l'échange d'information sont retraduits en professions spécialisées : archiviste (conservateur), documentaliste, chercheur (historien), journaliste, enseignant, éditeur, lecteur, étudiant, etc. De même, comme dans toute relation instituée et professionnalisée, on observe l'instauration de dispositifs et de normes (plus ou moins explicites) destinés à rendre sûr et possible l'échange. En matière d'information, ces normes sont très prégnantes : indexation (Dewey), code (ISBN), charte des journalistes, code de déontologie médicale, lois de 1881, etc. Elles permettent de déterminer le type d'information, d'en garantir en quelque sorte la valeur et d'accorder du crédit à ses détenteurs. Chacun des métiers dont il a été question aujourd'hui s'inscrit dans cette combinaison de spécialisation et de contraintes propre à un *type particulier d'échange* d'information (ou à l'échange d'un *type particulier d'informations*). Certes, les critères de cette spécialisation, comme la nature de ces contraintes, apparaissent plus ou moins

¹⁰ Je me réfère ici à la théorie durkheimienne et plus particulièrement à la thèse classique de la « différenciation » des rôles sociaux dans les « sociétés organiques » (c'est-à-dire complexes et modernes).

stabilisés, du fait des innovations techniques et comportementales qu'elles subissent. C'est d'ailleurs un point sur lequel je reviendrai.

> DON ET CONTRE-DON : DU BON USAGE DE L'INFORMATION COMME PRINCIPE DE L'ÉCHANGE

Dans une perspective sociologique, la question des besoins et des usages de l'information se pose « naturellement », pourrait-on dire, en termes de rôles, de normes et d'intentions multiples, mais elle se pose surtout à travers l'existence de *cadres d'interaction* à la fois *construits* (je veux dire résultant d'un processus d'institutionnalisation social et historique) et *ajustables* (je veux dire sujets à interprétations et négociations). Aussi, quand j'écoutais les interventions tout à l'heure, je n'ai pas entendu des analyses enfermant les acteurs sociaux dans un simple rapport de besoin ou d'usage. J'ai plutôt entendu des commentaires, des réflexions sur les manières par lesquelles des intentions différenciées à l'égard d'un type particulier d'information cherchaient à s'articuler, c'est-à-dire à se rejoindre pour agir ensemble. A partir de son observation croisée des « jeunes » et des documentalistes, Michèle Archambault¹¹ nous a montré comment les premiers s'accommodaient (plus ou moins facilement) de l'environnement informationnel des seconds. André Reeber¹² nous a parlé de l'échange très particulier d'une information très particulière : celle qui est cachée en chacun de nous, dans la configuration de nos gènes, et que le bio-généticien a seul le pouvoir de nous révéler. Si les rôles sociaux (patient-médecin) sont clairement posés, comme d'ailleurs le cadre de l'interaction (le cabinet, l'hôpital), il reste encore à trouver, chaque fois, l'articulation grâce à laquelle le médecin s'assure que tous les enjeux de l'information qu'il donne seront compris du patient¹³.

¹¹ Voir Michèle Archambault, « Les « jeunes » et le besoin d'information », Communication à la Journée d'Etudes « Information : besoins et usages », Rencontres *Thémat'IC*, Département Information-Communication (IUT Robert-Schuman, Strasbourg III), 17 mars 2006.

¹² Voir André Reeber, « Le besoin d'information : le point de vue de l'utilisateur », Communication à la Journée d'Etudes « Information : besoins et usages », Rencontres *Thémat'IC*, Département Information-Communication (IUT Robert-Schuman, Strasbourg III), 17 mars 2006.

¹³ Biologiste généticien dans un laboratoire qui diagnostique les possibles défaillances de l'ADN, André Reeber nous a montré les enjeux individuels mais aussi familiaux que recouvre pour le patient le fait d'apprendre les résultats de telles analyses. La mise à connaissance d'une affection génétique révèle l'existence d'un mal caché, souvent encore non avénu, de l'individu et de sa famille. Comment vivre avec cette révélation, voire

Dans chacune de ses interactions d'échange d'information, le détenteur de l'information est aussi, toujours, détenteur d'une expertise forte. Mais, par leur approche respective, Michèle Archambault comme André Reeber, ont montré que la problématique de l'échange se situe finalement ailleurs, dans le travail d'accompagnement, d'explication qui imprègne la démarche de l'expert-détenteur. S'il y a bien une demande, un besoin voire une nécessité d'information de leurs interlocuteurs, il y a aussi et surtout un souci réciproque des conditions et des intentions dans lesquelles il sera fait usage de cette information. Avec des enjeux et des acteurs différents, c'est à la même réflexion que nous a invités l'intervention d'Anne Roffet-Fournier traitant de la mission des experts-conseillers en veille stratégique¹⁴. Le caractère stratégique, parfois vital (Anne Roffet-Fournier a livré de tels exemples), de l'intelligence économique n'est accessible à l'entrepreneur que dans la mesure où ce dernier parvient à redimensionner les potentialités de la veille à l'échelle de son activité (notamment quand elle est locale et/ou artisanale). La transaction d'information est autant la réponse à un besoin exprimé (ou supposé) qu'une préparation à son meilleur usage possible à l'avenir. D'ailleurs, tous les « gens de métiers » présents aujourd'hui – que nous soyons documentaliste, expert en veille, journaliste, chercheur, généticien ou enseignant – nous partageons tous finalement ce souci d'accompagnement dans les informations que nous transmettons en qualité de professionnels, donc d'experts. Que l'on parle de conseil, de pédagogie, d'initiation, de recommandation, nous avons tous à l'esprit cet impératif de préparer le meilleur usage possible de l'information que l'on délivre. Nous sommes pris dans la relation du don-contre don¹⁵. Le fait même d'être reconnu comme professionnellement compétents nous oblige (au sens où nous sommes les obligés) vis-à-vis de notre public qui reçoit l'information et, en retour, doit nous rassurer du bon usage qu'il en fera. Même quand la

cette « prédiction » ? Faut-il prévenir les membres de la famille, ascendants, collatéraux ou descendants, possiblement atteints de la même affection ? Les conséquences de cette information révélée sont immenses sur la vie du patient. Pour le biologiste généticien, comme pour le médecin qui annonce le diagnostic, l'éthique se transforme en une casuistique communicationnelle où la nature du rapport humain prime l'expertise. Cf. *Ibid.*

¹⁴ Voir Anne Roffet-Fournier, « Le besoin d'information et l'intelligence économique », Communication à la Journée d'Etudes « Information : besoins et usages », Rencontres *Thémat'IC*, Département Information-Communication (IUT Robert-Schuman, Strasbourg III), 17 mars 2006.

¹⁵ Selon l'analyse proposée par Marcel Mauss, dans son *Essai sur le don*, des échanges entre groupes sociaux



transaction d'information est marchande, il se surajoute à l'échange cette relation symbolique où la gratification (réelle ou imaginée) répond à l'offre d'un savoir. Que ce dernier soit une capacité d'expertise ou une compétence professionnelle (comme la maîtrise d'une connaissance ou d'un accès à la connaissance). L'échange d'information n'est pas un flux (d'un émetteur vers un récepteur) mais bien une structure d'attentes réciproques tout autant fonctionnelles que symboliques.

> DE L'USAGER À L'ACTEUR / DE L'ACCÈS À LA MÉDIATION

Si j'opère une schématisation sommaire de l'échange d'information (déformation de la sociologie qui cherche toujours à catégoriser, à modéliser pour montée en généralité), la transaction entre un détenteur d'information et un demandeur d'information suppose donc la présence de trois conditions minimales : des *principes de mise en relation* (cadres prédéfinis d'interaction), des *principes d'ordre* (rôles réciproquement reconnus, normes garantissant l'expertise, la confidentialité, etc.) et des *principes d'accord* (compréhension réciproque des intentions et des attentes). Dans notre société, l'innovation technologique (informatique, internet, bio-génétique) et l'évolution des comportements sociaux (individualisme, syncrétisme des valeurs, consumérisme) transforment la base de ces principes sur lesquels repose l'échange d'information. Autour de l'intervention de Véronique Cohu-Weill¹⁶, nous avons pu évoquer comment la pratique professionnelle mais aussi le rôle social des journalistes s'en trouvaient affectés. Profession spécialisée dans le recueil et la diffusion publique d'informations (portant sur les faits qui font événement ou qui marquent l'actualité), le journalisme est soumis à un souci de véracité dans le recueil de l'information auprès ses sources (témoins, informateurs), comme dans les éléments qu'il restitue dans la rédaction de son article. Au titre des principes d'ordre, le journaliste respecte un certain nombre de codes déontologiques (vérification des informations, préservation des sources, respect de la loi sur la vie privée et sur la diffamation). Soucieux de sa réputation, le comité de rédaction du journal

¹⁶ Voir Véronique Cohu-Weill, « La production journalistique de l'actualité : offre ou réponse à un besoin », Communication à la Journée d'Etudes « Information : besoins et usages », Rencontres *Thémat'IC*, Département Information-Communication (IUT Robert-Schuman, Strasbourg III), 17 mars 2006.

(écrit, sonore, audiovisuel ou numérique) pour lequel il travaille veille également à ce qu'il respecte ces codes garantissant le crédit de l'information et, du même coup, la confiance du public¹⁷.

Mais les réseaux satellitaires, le succès d'internet entraînent aujourd'hui une accélération du temps de traitement de l'information. Les principes d'ordre sont bousculés comme le montrent certaines « bulles médiatiques » récentes : l'affaire du RER-D, l'affaire Baudis ou la rumeur d'OPA hostile de Pepsico sur Danone. Les lecteurs des médias journalistiques se font désormais plus critiques à l'égard des imprécisions, des oublis ou, au contraire, de la surmédiatisation de certains événements¹⁸. Les principes d'accord sont aujourd'hui contestés et renégociés. La multiplication des bloggers (ces « journalistes en pyjama » dont parlent les sociologues américains des médias), l'augmentation en volume de la place accordée au courrier des lecteurs, la montée en visibilité des médiateurs (au journal Le Monde, sur France 2), la mise en place de forums sur tous les sites officiels des médias, la multiplication des créneaux d'antenne ouverts (RMC, France Inter, talk-shows télévisés) : tout cela dénote une tendance générale à la revalorisation de la parole du public. Les principes de mise en relation entre les journalistes et leur public s'en trouvent désorientés. Dans ce cadre d'interaction comme dans les autres (la documentation, la bio-génétique, la veille), les principes de mise en relation, d'ordre et d'accord évoluent et obligent les experts-détenteurs d'information à reconsidérer leur posture dans l'interaction d'échange.

L'innovation technologique introduit de nouveaux outils de communication et d'accès à l'information, et génère de nouvelles pratiques. A travers un carottage judicieux dans Archivesic, Odile Riondet¹⁹ nous a montré l'attention que les chercheurs en sciences de l'information et de la communication et de communication portaient à la manière dont les usagers de ses outils se les approprient et les adaptent à leurs besoins. Plus

¹⁷ La profession journalistique s'est donné une charte déontologique pour la France dès 1931 et au niveau international en 1970.

¹⁸ Sur cette question, je renvoie aux travaux de Cyril Lemieux, notamment son ouvrage *Mauvais presse*.

¹⁹ Voir Odile Riondet, « La notion de « besoin d'information » dans les archives ouvertes du CNRS (Archivesic) », Communication à la Journée d'Etudes « Information : besoins et usages », Rencontres *Thémat'IC*, Département Information-Communication (IUT Robert-Schuman, Strasbourg III), 17 mars 2006.

généralement, l'institutionnalisation de nouveaux outils et de nouveaux comportements signifient l'émergence d'un demandeur-usager d'information à la fois plus exigeant (plus critique ?) et plus autonome. Certes, il y a toujours une médiation entre les détenteurs et les demandeurs d'information : médiation matérielle (le média, l'outil informatique, le réseau) ou médiation symbolique (la parole d'autorité, le rang d'expert). Mais, la forte demande d'explication et la montée d'une attitude critique traduisent au fond l'amenuisement de ces médiations. Le face-à-face — avec ses obligations de transparence, d'écoute, de respect — se substituerait-il à l'interface²⁰ ? Il n'est pas anodin que, comme le rappelait Sophie Kennel en ouvrant cette journée d'études, l'approche des besoins et des usages d'information ait changé de paradigme : les paradigmes de l'*usager* et du *public* l'ont cédé au paradigme de l'*acteur*. Dans les divers dispositifs sociaux mis en place pour réguler l'échange d'information, va-t-on vers un rééquilibrage des rapports détenteurs-demandeurs ? Y a-t-il une requalification progressive de ces rôles au profit des seconds ? La posture de l'expert peut-elle perdurer sans prendre en compte l'impératif d'accompagnement à l'usage ? Ses nouvelles médiations traduisent-elles des évolutions dans les représentations de soi et des autres ?

Je vous le disais, en faisant se croiser nos réflexions sur des problématiques communes, les interventions et débats d'aujourd'hui ont mis au jour des questions nouvelles sur nos champs d'activité respectifs.

²⁰ Une tendance identique est aujourd'hui observable dans les rapports pouvoir-citoyens avec la sollicitation croissante du Médiateur de la république, les expérimentations de démocratie participative en amont des politiques publiques (locales ou nationales), la mise en place de forums citoyens (comme le forum social européen ou le forum social mondial).



Contact Thémat'IC

Sophie KENNEL

03.88.67.63.75

Sophie.kennel@urs.u-strasbg.fr

IUT Robert Schuman, Illkirch-Strasbourg
Département Information-Communication

72 rte du Rhin BP 10315

67411 Illkirch cedex

☎ 03.88.67.63.70

☎ 06.88.67.63.26

<http://www-iut-schuman.u-strasbg.fr/>

Toute l'actualité Thémat'IC sur :

<http://infocom.u-strasbg.fr/~thematic/>

Merci à l'équipe organisatrice de Thémat'IC 2006 : Léa Abt - Cynthia Durier - Catherine Gabriel - Marion Gaupp - Ophélie Zaegel, étudiantes au département Information-Communication.

Logo Thémat'IC : Cynthia DURIER

Impression : Patrick HUBER

Achévé d'imprimer en France
Dépôt légal : Mars 2007
Imprimerie de l'Université Marc Bloch