



De quoi a-t-on le plus besoin pour s'informer sur Internet ? Avant tout de discernement, de culture(s)... et du sens de l'effort

Alexandre Serres

► To cite this version:

Alexandre Serres. De quoi a-t-on le plus besoin pour s'informer sur Internet ? Avant tout de discernement, de culture(s)... et du sens de l'effort. Rencontres de l'ORME 2.10, Mar 2010, Marseille, France. halshs-00631536

HAL Id: halshs-00631536

<https://shs.hal.science/halshs-00631536>

Submitted on 13 Dec 2019

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

Rencontres de l'ORME 2.10, Marseille, 31 mars, 1^{er} avril 2010

Table ronde du 31 mars : « *Savoir-faire numériques, compétences documentaires, capacités critiques : de quoi a-t-on le plus besoin pour s'informer ?* »

Alexandre Serres,

Maître de conférences en sciences de l'information et de la communication,
Co-responsable de l'URFIST de Rennes,
Membre du PREFics, Université Rennes 2

« De quoi a-t-on le plus besoin pour s'informer sur Internet ? Avant tout de discernement, de culture(s)... et du sens de l'effort ».

Ceci est le texte initial et complet de l'intervention.

« *Savoir-faire numériques, compétences documentaires, capacités critiques : de quoi a-t-on le plus besoin pour s'informer ?* » : la question posée et débattue à cette table ronde est à la fois fondamentale et cruciale ; mais elle est également, selon moi, incomplète...

Elle est tout d'abord fondamentale, au sens où elle nous oblige à revenir aux fondamentaux, à savoir : que signifie « s'informer ? », qu'est-ce que l'information ? Question complexe, comme toutes celles qui touchent à l'information, car l'on voit surgir immédiatement les ambiguïtés, les variantes, la polysémie et diverses confusions épistémologiques, attachées à ce mot-valise d'information : confusion entre données et information, entre information et connaissance, entre « s'informer » et « être informé de », confusion également entre les étapes du processus d'information, c.a.d. entre l'accès, la recherche, le filtrage, l'évaluation et l'appropriation de l'information. Par exemple, jusqu'à quel point peut-on assimiler la *recherche d'information*, que tout le monde pratique aujourd'hui sur Internet, avec l'acte de *s'informer* ? Bref, poser la question des compétences sous-jacentes à l'acte de s'informer revient à remettre sur le métier d'anciennes questions, à les ré-examiner à la lumière du numérique. Mais comme nous n'aurons pas le temps de réouvrir la « boîte noire » de l'information, je me permets de renvoyer ici à un excellent texte de François-Bernard Huyghe, qui s'appelle précisément « *Qu'est-ce que s'informer ?* »¹. L'essentiel y est dit...

Ce qui me semble important à souligner d'entrée de jeu, c'est que ces interrogations théoriques, sur les composants, sur la définition même, sur les pièges et les ambiguïtés de l'information, etc., devraient faire partie de la formation aux médias et à l'information.

La question posée est surtout cruciale, voire brûlante, parce qu'elle est au cœur des quatre enjeux suivants, que j'aborderai rapidement : un contexte socio-technique marqué par le modèle de l'agrégation de contenus, les usages informationnels problématiques, l'imbrication des compétences numériques, médiatiques et documentaires et, enfin, la réponse éducative à ces questions.

Un contexte marqué par le modèle de l'agrégation de contenus

Parmi les innombrables mutations provoquées par le processus de numérisation généralisé et l'explosion des usages d'internet, il en est une particulièrement importante pour notre thème, c'est le basculement d'un univers informationnel, marqué par la différenciation (des médias,

¹ Huyghe, François-Bernard. Qu'est-ce que s'informer ? . *La lettre de Sentinel*, 2006, n° 32, 19 p.

http://www.huyghe.fr/dyndoc_actu/493a8e539a957.pdf.

des outils, des supports, des sources, des auteurs, des compétences...) à un autre, caractérisé notamment par l'indifférenciation, l'hybridité généralisée : hybridité des médias et des outils, indifférenciation des sources, mais aussi confusion des pratiques et imbrication des compétences.

L'un des symboles forts de ce nouveau contexte socio-technique de l'information est, sans conteste, l'agrégation de contenus, au sens le plus large du terme : qu'il s'agisse des pages personnalisables, de type Netvibes ou IGoogle, des agrégateurs locaux de fils RSS, de l'intégration de flux sur les blogs, des agrégateurs de presse (les bases de données de type Factiva, EuroPresse, EuroNews, etc.) et surtout des grands agrégateurs d'actualités (comme Google News, Yahoo News, Wikio, etc.), l'agrégation, sur une même page web, de contenus provenant d'une multiplicité de sources différentes, est aujourd'hui l'une des tendances les plus lourdes du web, remodelant à la fois les usages, les pratiques, les représentations et les compétences... informationnelles, sans parler de l'économie de la presse et des médias. Parmi les multiples manières de s'informer sur Internet, l'agrégation de contenus serait presque devenue un nouveau « paradigme » informationnel.

Il faut faire évidemment une distinction, en termes d'usages et de compétences, entre la pratique de la syndication de contenus, qui relève d'un acte individuel et volontaire (c'est l'utilisateur qui décide d'agréger ou non tels ou tels contenus dans son agrégateur), et la consultation d'un agrégateur d'actualités ou de contenus, qui relève d'un dispositif industriel et économique, mis en place par l'industrie de l'information. Autrement dit, si une page Netvibes et Google News ressortent peu ou prou du même principe technique, celui de l'agrégation de contenus, s'ils induisent tous les deux de nouveaux rapports à l'information, il faut évidemment les distinguer au plan des compétences mobilisées. Mais avant de voir les compétences, il faut s'interroger sur certains effets culturels, de plus en plus perceptibles, de l'agrégation généralisée des articles de presse.

Les technologies sont toujours ambivalentes et Internet, en tant que support de mémoire et d'écriture, présente cette caractéristique foncière d'être, selon le mot de Bernard Stiegler, un « *pharmakon* », autrement dit d'être à la fois un poison et un remède. Et si l'on considère l'agrégation de contenus sous l'angle de ses risques, de ses effets négatifs, voire nocifs (l'aspect « poison »), on est frappé par un risque culturel majeur : celui de la perte des identités, de l'effacement des sources, de l'arasement des singularités médiatiques, aux yeux des jeunes usagers. A partir du moment où l'on ne fait plus vraiment attention à la source de telle ou telle information, où l'on ignore le média, le journal qui l'a diffusée, est-ce que l'utilisateur distrait de Google News accorde encore de l'importance aux identités des médias, aux différences entre les titres ? Or la connaissance et la culture des médias ne sont-elles pas un préalable (et aussi un objectif) de l'acte de s'informer, sur internet comme ailleurs ? L'agrégation de contenus ne risque-t-elle pas de saper insidieusement, progressivement, cette culture et cette connaissance individuelle des médias ?

Des usages informationnels problématiques

Le deuxième enjeu, qu'il faut avoir présent à l'esprit pour pouvoir répondre à la question de cette table ronde, est la question des usages : comment s'informe-t-on aujourd'hui sur Internet, notamment comment s'informent les jeunes (ou plutôt comment croient-ils qu'ils s'informent...) ?

Pour faire le lien avec l'agrégation de contenus, une récente étude américaine a montré que « *près de la moitié (44 %) des utilisateurs de Google News parcourt les titres du site sans*

cliquer sur les liens qu'il propose »². La généralisation de cette pratique révèle une curieuse conception de l'information, comme si le balayage des titres dans un kiosque à journaux pouvait suffire à s'informer.

Par ailleurs, une enquête de Médiamétrie³ illustre bien le degré de confusion et d'illusion, qui traverse un certain nombre de « discours enchantés », car on peut y lire cette phrase : « *Les 18-24 ans sont une génération avide d'informations, adepte de l'image, de la mise à jour en temps réel et du mot-clef. Ils consomment les news principalement sous formats courts, avec un goût marqué pour l'immédiateté. Ils sont attachés à la gratuité de l'information* ».

Trois présupposés, particulièrement fallacieux sur l'information et ses usages, peuvent être relevés, dans cette proclamation « émerveillée » de Médiamétrie, sur les *digital natives* :

- les 18-24 ans seraient « avides d'informations » : ce qui est contredit par d'autres enquêtes, beaucoup plus nuancées sur cette prétendue « passion générationnelle » pour l'information : ainsi, selon une récente enquête TNS-SOFRES⁴, « l'intérêt pour l'actualité » reste faible pour 35 % des jeunes, et un jeune sur trois (de 18-24 ans) ne lit jamais ou rarement un journal... Et selon l'enquête du Ministère de la Culture sur les pratiques culturelles des Français⁵, ce serait même 42 % des jeunes de 15-24 ans qui ne lisent la presse qu'irrégulièrement ou jamais... Par ailleurs, Olivier Donnat⁶ montre bien la baisse de 10 % de lecteurs réguliers de presse quotidienne chez les jeunes de 15-24 ans, depuis dix ans (de 1997 à 2008). Il faut donc pondérer très fortement cette vision d'une génération entière, se jetant « avec avidité » sur l'information. Ou alors faut-il préciser de quel type d'information il s'agit...
- de quel mode d'information les 18-24 ans seraient-ils aussi friands ? Des mots-clés, des images et des formats courts (les titres sur Google News par exemple). « *Immédiateté, choix et interactivité : 3 priorités des jeunes pour l'info* », précise Médiamétrie⁷. Cette conception de l'information correspond sans nul doute à une certaine réalité, dans les représentations et les usages dominants ; mais est-ce qu'elle ne témoigne pas surtout des illusions d'une majorité de jeunes, persuadés de pouvoir être « informés » seulement par les images, les mots-clés, et par l'information en temps réel ? L'enquête Médiamétrie signe un adieu de plus au recul, à l'analyse et à la distance face à l'événement, au bénéfice de l'immédiateté et de la fusion émotionnelle.
- enfin, le troisième enseignement préoccupant, dans cette enquête, est cet « attachement à la gratuité de l'information », dont font preuve les 18-24 ans. Si les jeunes sont déjà les plus gros utilisateurs d'Internet comme moyen d'information⁸, ils sont également ceux qui prédisent le plus massivement un bel avenir aux sites d'information gratuits

² <http://actu.abondance.com/2010/01/44-des-utilisateurs-de-google-news-ne.html>

³ Médiamétrie, WSA. « Immédiateté, choix et interactivité : 3 priorités des jeunes pour l'info. Quand les digital natives s'informent !. » Médiamétrie, WSA, communiqué de presse du 12 mars 2009. http://www.demainlaveille.fr/wp-content/uploads/2009/03/2009_03_12_-_cdplesjeunesetlesnews.pdf

⁴ TNS-SOFRES. *Baromètre de confiance dans les médias*. Rapport de synthèse d'enquête. Montrouge: TNS-SOFRES, La Croix, Janvier 2010. <http://www.la-croix.com/illustrations/Multimedia/Actu/2010/1/20/barometre-medias.pdf>

⁵ Département des études, de la prospective et des statistiques. *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique. Les résultats de l'enquête 2008*. Ministère de la Culture et de la Communication, 2009. <http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/08resultat.php>.

⁶ Donnat, Olivier. « Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique. Éléments de synthèse 1997-2008 » *Culture études*, 2009, n° 5. (Pratiques et publics). <http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/doc/08synthese.pdf>

⁷ Médiamétrie, WSA., art. cit.

⁸ Selon l'enquête TNS-SOFRES de janvier 2010, Internet est cité en premier, comme moyen d'information, par 19 % des 18-24 ans, alors que la moyenne globale est de 8 % ; et surtout, le total des réponses pour les jeunes (51 %) est plus du double de celui de l'ensemble des Français (23 %).

(90 % des jeunes pensent que ces sites seront plus utilisés dans les 10 ans) et un avenir beaucoup plus sombre pour la presse écrite payante (pour 65 % des jeunes, elle sera moins utilisée). Notons que la démarcation n'est pas évidente ici, entre des projections (malheureusement) réalistes et des anticipations de comportements. D'autant plus que tout cela est corroboré par les chiffres actuels, assez alarmants comme on le sait, de la lecture de la presse payante. Mais la question à poser ici est celle de la signification culturelle (ne parlons pas de sa signification économique et de la crise de la presse !), dont témoigne cet « attachement à la gratuité », et de cette nouvelle illusion, largement répandue, selon laquelle l'information serait ou devrait être « gratuite ».

On peut constater, en le déplorant, que la boucle est bouclée : si, pour les *digital natives*, l'information est ou devrait être gratuite à produire, si son accès doit surtout être gratuit, elle serait également gratuite à consommer, au sens où elle ne demanderait qu'un effort minimal, étant réduite à quelques images et mots-clés, prêts-à-l'emploi. Que devient dans ces conditions le véritable acte de s'informer ?

Un exemple d'imbrication des cultures et des compétences : la syndication de contenus

Il ne s'agit pas de verser, évidemment, dans les discours catastrophistes sur Internet. Bien au contraire, il s'agit aussi de montrer, pour reprendre la notion de *pharmakon* et l'exemple de l'agrégation de contenus, que celle-ci peut être aussi un « remède », à condition que cette pratique de la syndication de contenus soit accompagnée, maîtrisée, et débouche sur une véritable mobilisation de compétences.

Et à partir de l'exemple précis de ce nouvel usage informationnel, je voudrais montrer à la fois l'imbrication et la spécificité des compétences : quelles connaissances, quelles compétences pratiques, quelles notions théoriques sont mobilisées dans la syndication de contenus, dans chacune des trois cultures ? Bien sûr, aucune exhaustivité n'est visée ici.

Rappelons que cette technique déjà « ancienne » (elle date au moins de 1999) permet d'agréger des contenus, en format XML, issus de différents sites web, bases de données, moteurs de recherche, cette agrégation pouvant s'effectuer sous différentes formes : agrégateurs spécialisés, pages personnalisables, navigateurs, logiciels de messagerie, etc. Symbole fort du web dit 2.0, ayant accompagné la montée des blogs, la syndication de contenus est aujourd'hui omniprésente sur le web, notamment sur tous les sites de presse et d'information ; et les professionnels de l'information-documentation sont parmi les premiers utilisateurs de cette technique, permettant à la fois la veille, la surveillance de sites, le suivi de l'actualité, la comparaison d'informations provenant de sources multiples, etc.

Cette application est loin d'être aussi populaire que les blogs ou les réseaux sociaux, même si la pratique progresse. En 2007, « 23 % des internautes français recevaient des fils RSS contre 12 % un an plus tôt »⁹, selon une enquête Ipsos, et en janvier 2008, elle touchait environ 45 % des Américains¹⁰. Selon ma propre expérience de formateur de l'enseignement supérieur, corroborée par celle de nombreux collègues, je peux témoigner qu'une grande partie des étudiants, à partir du Master, ignore toujours les usages et l'intérêt de la syndication de contenus. Mais l'impact réel de cette application, aussi limité soit-il, n'est pas le propos ici.

Quelles connaissances, quelles compétences pratiques, quelles notions théoriques sont mobilisées dans la syndication de contenus, dans chacune des trois cultures ? Aucune exhaustivité n'est visée ici.

⁹ <http://www.ipsos.fr/CanalIpsos/articles/2508.asp>

¹⁰ <http://www.observatoiremedias.com/2008/02/26/flux-rss-45-de-penetration-voire-plus/>

Du côté de la culture numérique et informatique

Utiliser des fils RSS présuppose d'abord de connaître l'existence même de cette technologie, et d'être quelque peu familiarisé avec les outils dits 2.0 (plateformes de partage, fonctions avancées des blogs et des réseaux sociaux...), autrement dit d'avoir une certaine connaissance des outils, des technologies et des évolutions du web. Connaissance loin d'être universellement partagée, y compris chez les *digital natives*.

Au plan des savoir faire numériques, « s'abonner » à un fil RSS implique de savoir reconnaître et décoder, sur une page web déjà surchargée de signes, l'icône symbolisant le fil RSS, puis de connaître les différentes procédures possibles et surtout les outils de syndication (dans le navigateur, sur une page perso, etc.).

Même si l'utilisation des fils RSS est désormais assez intuitive, avoir une connaissance minimale d'un certain nombre de notions techniques, comme les notions de XML, de format RSS ou Atom, de CMS, d'agrégateur en ligne ou en local, de pages personnalisables..., est un atout indispensable pour un utilisateur averti.

Du seul point de vue de la culture et des compétences numériques et informatiques, la syndication de contenus mobilise donc un certain nombre de savoir-faire, de pratiques plus ou moins explicitées, de connaissances et de notions. Se pose ici la délicate question de l'équilibre à trouver entre savoir faire techniques et maîtrise intellectuelle de ces savoir faire. L'enjeu principal, pour les formateurs, étant ici l'élévation des niveaux d'usage d'internet, qui restent encore assez limités chez beaucoup de jeunes.

Du côté de la culture info-documentaire

Du point de vue de la culture documentaire, l'utilisation de la syndication de contenus implique diverses connaissances informationnelles sur les outils, les sources, les acteurs : il est en effet loin d'être inutile d'avoir quelques connaissances sur les principaux outils, les acteurs du domaine (pour choisir dans la diversité des pages personnalisables notamment), les différents usages des fils RSS, mais aussi, à un niveau plus élevé, sur les agrégateurs de news, les tendances du marché, les pratiques des bases de données et des portails d'information...

Les compétences proprement info-documentaires peuvent être très nombreuses et de niveaux de difficultés variables. Apprendre à utiliser la syndication de contenus implique (ou encourage) à la fois :

- de bien cerner ses besoins d'information ;
- de maîtriser les outils de recherche et notamment l'interrogation avancée des moteurs de recherche (pour chercher ponctuellement des sites et pouvoir filtrer sur le format RSS) ;
- de savoir gérer les flux d'information, les afficher, les ordonner, les classer, les hiérarchiser, autrement dit de savoir lutter contre *l'infobésité* ;
- de savoir analyser rapidement l'information, notamment de savoir discerner l'information utile de l'inutile, d'extraire l'information rare du flot de la redondance, d'apprendre également à travailler sur la complétude de l'information pour faire face au morcellement des flux ;
- d'apprendre à recouper les sources ;
- et enfin de maîtriser les modalités, non techniques, de la diffusion d'information (de savoir quand, à qui et comment diffuser telle ou telle information)...

Enfin, au plan des notions spécifiquement infodocumentaires, la richesse n'est pas moindre et la syndication de contenus cristallise la plupart des savoirs et notions liés à la veille, comme

celles de veille, de veille stratégique, d'alerte, de source, de fiabilité, etc., mais aussi certaines notions liées au droit et à l'éthique de l'information. L'inventaire reste à faire...

L'une des difficultés théoriques réside ici dans la délimitation des deux cultures, numérique et infodocumentaire, dont on voit bien le degré d'imbrication, sur ce thème comme sur d'autres.

Du côté de la troisième culture, la culture « médiatique »

Elle est également fortement impliquée dans la syndication de contenus. Par exemple, s'informer sur l'actualité à partir de l'agrégation de diverses sources implique une assez bonne culture des médias, notamment la connaissance du paysage médiatique, de la diversité et de la spécificité des sources médiatiques. Si l'on veut créer sa propre revue de presse, encore faut-il pouvoir distinguer les différences, connaître les identités (*i.e.* la spécificité, la ligne éditoriale, voire l'histoire...) des médias auxquels l'on va s'abonner.

Du côté des fameuses « capacités critiques », dont il conviendrait, là aussi, de faire la « déconstruction », quelles seraient les capacités dont il faudrait faire preuve, par exemple face à une revue de presse trouvée sur un portail Netvibes ? Schématiquement, mobiliser à des degrés divers les cinq « compétences » suivantes, dont le contenu reste plus ou moins difficile à décrire :

- savoir identifier la source : compétence relativement simple à expliciter, décrire et formaliser, mais plus difficile à mettre en oeuvre ;
- savoir évaluer la crédibilité d'une source : ce qui devient déjà compliqué, car cela implique à la fois de définir les mécanismes de la crédibilité et de posséder une bonne culture des médias et d'Internet ;
- savoir confronter les sources, les points de vue d'acteurs sur un même sujet : compétence qui relève d'un bon niveau de culture informationnelle, mais aussi médiatique, politique, historique, scientifique... ;
- savoir confronter les informations elles-mêmes : une méta-compétence, faisant appel à de nombreuses aptitudes de synthèse et à de nombreuses connaissances ;
- enfin savoir évaluer la fiabilité, sinon la véracité, d'une information : ce qui constitue un objectif éminemment incertain, parfois inatteignable, mais certainement pas un savoir-faire ou une compétence qu'un élève pourra « déclarer ». Cette « capacité » est sans aucun doute la plus critique, car c'est du discernement de la fiabilité d'une information que dépend un rapport rationnel, raisonné et mature à l'information, ainsi que l'antidote aux manipulations et désinformations de toutes sortes, mais elle est aussi la plus complexe et la plus incertaine des « compétences » de la culture des médias. Nous serons toujours ici dans le domaine du relatif, du contextuel.

En matière d'éducation aux médias, la syndication de contenus mobilise donc surtout des connaissances déclaratives, comme la connaissance des médias, des capacités de discernement et de jugement, plutôt que des savoir-faire et des compétences procédurales.

Mais elle peut (ou elle doit) encourager également la réflexion sur des notions, aussi complexes que fondamentales, comme la fiabilité, la crédibilité, l'autorité des sources : apprendre aux élèves à s'interroger sur ce qui fonde la légitimité d'une source est peut-être aujourd'hui l'un des apprentissages les plus fondamentaux qui soient, dans ce monde informationnel où la validation de l'information repose de plus en plus entièrement sur l'utilisateur, en général non préparé à une telle responsabilité.

Une question incomplète

Enfin, j'ai suggéré en introduction que la question de la table ronde était incomplète, en limitant le choix des compétences, dont nous aurions « le plus besoin » pour s'informer, aux savoir-faire numériques, aux compétences documentaires, et aux capacités critiques.

Nous avons essayé de montrer que, pour s'informer en utilisant les techniques de la syndication de contenus, il fallait incontestablement mobiliser et mettre en œuvre de nombreuses connaissances et compétences, relevant de nos trois cultures. Mais quels que soient l'intérêt, l'apport informationnel, la fécondité pédagogique et documentaire des pages personnalisables et de la syndication de contenu, celles-ci ont avant tout une fonction de surveillance, de veille, et elles constituent, à mes yeux, le degré minimal du processus d'information.

Et pour « s'informer », au sens le plus fort du terme et selon l'acception de l'info-news, suffit-il d'avoir des « compétences » multiples, identifiables, que l'on pourrait acquérir à l'issue d'un apprentissage bien rodé ? Est-ce qu'il ne s'agit pas aussi, et d'abord, d'autre chose, relevant à la fois du sens de l'effort, de la curiosité intellectuelle et d'une bonne culture générale ? Toutes choses non « observables » et non mesurables dans les référentiels de compétences, mais dont la diminution progressive est, quant à elle, de plus en plus repérée, observée et analysée, à travers différentes enquêtes.

Ainsi la plupart de ces compétences, rapidement survolées, ne suffisent-elles pas à « s'informer ». Pour une première raison très simple, résumée dans la célèbre phrase d'Ignacio Ramonet : « s'informer fatigue ». Dans son texte de 1993, ce dernier faisait alors une critique forte de l'information télévisée, pour démontrer que la seule contemplation des images des JT ne pouvait vraiment tenir lieu d'information, dans la mesure où les images relèvent d'abord de la communication, de l'émotion, du sensationnel, etc. S'informer nécessite le détour par l'écrit, par l'abstraction du texte, par l'effort de la confrontation aux données du réel. Et ce n'est certainement pas en arrêtant sa lecture aux titres des news que l'on s'informe vraiment...

A cette « fatigue » que suppose l'information, il faut ajouter ses différents coûts, selon l'autre formule de François-Bernard Huyghe : « s'informer coûte » ! Pas seulement de l'argent, du temps ou de l'effort intellectuel ; s'informer, au sens d'apprendre quelque chose de nouveau, peut « coûter » des remises en cause personnelles parfois difficiles, provoquer des blessures narcissiques (lorsque l'on apprend quelque chose venant déranger nos opinions, nos certitudes, nos croyances). S'informer n'est jamais un acte neutre, gratuit, anodin : l'information peut changer une vie, peut réorienter une décision, modifier un regard sur le monde.

Cette conception de l'information, comme processus correspondant à la fois à un besoin vital, à un effort cognitif, à une curiosité intellectuelle et à un enjeu civique majeur, a été peu ou prou le modèle dominant, l'idéal-type, de la presse écrite au temps de sa splendeur ; elle montre, *a contrario*, à quel point s'en éloignent les pratiques dominantes sur Internet, notamment des jeunes, telles qu'elles apparaissent dans plusieurs enquêtes.

L'enjeu citoyen n'est pas mince, comme le soulignait cette citation de Major Owens¹¹, vieille de 25 ans déjà (1976) : « *L'information literacy est nécessaire pour garantir la survie des institutions démocratiques. Tous les hommes sont créés égaux, mais les électeurs avec des ressources d'information sont en mesure de prendre des décisions plus intelligentes que les citoyens qui sont des « illettrés informationnels ».* La prise en compte de ressources d'informations dans le processus de prise de décision pour l'exercice de pleines responsabilités civiques est une nécessité vitale ».

¹¹ Major OWENS. « State Government and Libraries. » *Library Journal* 101 (I January 1976): 27

Quelle réponse éducative, quelles propositions pour une éducation aux médias globale ?

Je voudrais évoquer brièvement six grandes pistes de réflexion et de propositions.

Penser l'articulation entre les trois « éducations à »

Devant le phénomène d'hybridation informationnelle généralisée, évoqué ci-dessus, quelle est la réponse éducative ? Les formations « informationnelles » existantes (c.a.d. l'éducation aux médias, la formation info-documentaire et la formation aux TIC) présentent, selon moi, deux grandes faiblesses : elles restent trop souvent limitées à des visions et des approches souvent procédurales (notamment le B2i), et surtout, ces trois « éducations à » parviennent encore difficilement à se penser en articulation, en complémentarité, en coordination. Face au maelstrom numérique, qui entraîne les usagers dans une convergence de fait des pratiques informationnelles, les instances éducatives et disciplinaires semblent rester sur leur pré-carré, sur leurs territoires, sur leurs contenus. Il ne s'agit pas de plaider ici pour une improbable « fusion » de l'informatique, de l'EAM et de l'info-doc, mais simplement de jeter des passerelles et de mieux voir ce qui les rapproche et ce qui les sépare.

« Déconstruire » les diverses compétences et les savoirs mobilisés

Je suis convaincu que la nouvelle éducation à bâtir, pour accompagner et maîtriser la mutation culturelle majeure du numérique, passera notamment par une mise à plat, une « déconstruction » de toutes les compétences et savoirs (numériques, médiatiques, infodocumentaires et autres...) mobilisés dans les usages informationnels, et particulièrement dans l'acte de s'informer. Il s'agit là d'un chantier à la fois épistémologique, théorique et didactique, qui pourrait constituer l'un des meilleurs terrains de rencontre entre éducation aux médias, formations info-documentaires et formations aux TIC : le travail sur les notions, les savoirs, les compétences, aussi bien communes que spécifiques.

Privilégier le détour réflexif

L'éducation aux médias ne devrait-elle pas passer par un détour théorique, réflexif, appuyé bien entendu sur des exemples concrets ? Ce qui m'apparaît le plus essentiel, du côté des compétences critiques, c'est peut-être de s'éloigner, là plus qu'ailleurs, des visions procédurales, réductrices, déclaratives, des approches de type « référentiels de compétences » ; une sorte de B2i entièrement centré sur les « capacités critiques »¹² ne serait-il pas, par exemple, le comble d'une certaine illusion intellectuelle et pédagogique ? Car cela reviendrait à vouloir formaliser ce qui ne peut l'être, à vouloir rendre « observable et calculable » ce qui ne peut relever que de l'abstrait et du qualitatif, à savoir la capacité de jugement personnel, critique, qui ne peut être fondée elle-même que sur la réflexion et la meilleure culture personnelle possible, générale et disciplinaire.

Relever le défi des usages et des représentations

¹² Extrait du C2i, niveau 1, A2. *Intégrer la dimension éthique et le respect de la déontologie*, 5. Faire preuve d'esprit critique et être capable d'argumenter sur la validité des sources d'information.

Comment l'éducation aux médias peut-elle relever le défi des nouveaux usages informationnels ? Comment lutter contre ces représentations, profondément ancrées désormais dans les pratiques des jeunes, d'une information « fast-food », qui est le contraire même de l'acte de s'informer ? Les meilleurs référentiels de compétences ne suffiront pas à donner le goût de l'information et le désir de comprendre, hors desquels il n'existe pas de véritable acte de s'informer. Il n'existe pas ici de recette magique, ni de solution clé en mains ; cela passe par l'ensemble du travail éducatif, quotidien, effectué par tous les enseignants de toutes les disciplines.

Faire se questionner les élèves sur l'information

L'une des réponses au défi précédent passe par un questionnement critique des élèves sur leurs usages, sur leurs représentations, et bien sûr par des travaux pédagogiques sur la presse et les médias.

Les interrogations théoriques, sur les composants, sur la définition même, sur les pièges et les ambiguïtés de l'information, etc., devraient faire partie de la formation aux médias et à l'information. Montrer la complexité de la notion d'information est un objectif pédagogique majeur aujourd'hui, en ces temps de grande confusion.

Utiliser pleinement les outils du web

L'exemple de la syndication de contenus, encore très peu utilisée par les internautes (23% en 2007) montre bien la richesse des compétences, des savoirs, des notions mobilisés ; pour peu qu'on ne se contente pas d'une simple formation technique, sans grand intérêt, ou d'une solution clés en mains. Ces outils de syndication sont d'ailleurs de plus en plus utilisés par un nombre croissant d'enseignants-documentalistes, qui en font souvent un nouvel outil pédagogique¹³.

Pour conclure, l'objectif central d'une éducation à l'information reste, plus que jamais, de donner, ou plutôt de faire construire, les clés de compréhension plus que d'utilisation, des nouveaux environnements informationnels dans lesquels nous baignons. Ce qui signifie qu'il faut aussi faire de ces réseaux, de ces environnements, des objets d'étude, de véritables objets didactiques. Il ne faut pas apprendre aux élèves à utiliser ce qu'ils savent déjà utiliser : il faut déconstruire les outils qu'ils utilisent et surtout leur apporter une solide culture des médias et de l'information, inséparable des autres cultures disciplinaires.

¹³ <http://eprofsdocs.crdp-aix-marseille.fr/Rechercher-collecter-et-partager.html>
<http://docsdocs.free.fr/spip.php?article382>
<http://www.educnet.education.fr/dossier/rechercher/guides/flux>