



**HAL**  
open science

# Du design de la transparence à l'agir informationnel : Les apports d'une approche sociale de l'information

Anne Cordier

► **To cite this version:**

Anne Cordier. Du design de la transparence à l'agir informationnel : Les apports d'une approche sociale de l'information. Conférence internationale H2PTM " Le numérique à l'ère des designs : De l'hypertexte à l'hyper-expérience ", Oct 2017, Valenciennes, France. halshs-01599184

**HAL Id: halshs-01599184**

**<https://shs.hal.science/halshs-01599184v1>**

Submitted on 9 Jan 2018

**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.

# **Du design de la transparence à l'agir informationnel : Les apports d'une approche sociale de l'information**

**Anne CORDIER, ESPÉ-Université de Rouen Normandie, UMR 6590 ESO**

## **Introduction**

Objectivité, transparence, fonctionnalisme : les designs concourent à l'alimentation de ces mythes, qui ne sont évidemment pas sans conséquence sur les pratiques informationnelles des individus (Cordier, Liquète, 2017). Une approche sociale de l'information, s'intéressant finement à ce que les acteurs font avec/par/de l'information aux prises avec des dispositifs sociotechniques, particulièrement des dispositifs d'accès à l'information en ligne (Simonnot, 2012), nous semble tout à fait opportune pour saisir ce que le design de la transparence fait à l'agir informationnel, au rapport de l'individu à l'information – et plus largement au monde. Nous cherchons plus précisément à atteindre la compréhension des logiques d'action des acteurs, inscrits dans un champ social identifié. Notre approche, combinant pratiques et imaginaires de l'information (Cordier, 2011), accorde également une part non négligeable à l'émotion dans l'activité informationnelle, considérant ce ressenti émotionnel comme facteur, si ce n'est déclencheur parfois, au moins déterminant et fondamental du processus d'appréhension pragmatique et conceptuelle du monde, d'autrui, de l'environnement, et de l'outil/objet informationnel. La dimension des interactions et de la construction de soi par/avec le numérique est fondamentale (Denouël, Granjon, 2011). Or les designs (contenu, interactions, environnements, services,...) établissent avec le chercheur d'information en ligne une littéracie affective, sensible, s'adressant directement à l'émotion de l'utilisateur, à son ressenti affectif alors même qu'il est

Cordier, Anne. Du design de la transparence à l'agir informationnel : Les apports engagé dans une activité faisant appel à des processus cognitifs et intellectuels rigoureux et complexes (Tricot, 2007). Pour cette publication, nous faisons ainsi le choix de mettre en lumière non les stratégies qui président au travail des designers, mais les tactiques et stratégies des acteurs récepteurs de ces designs, qui sont à nos yeux plus précisément engagés dans une co-construction de sens.

Comment ce design, fortement pris en compte par les enquêtés dans leurs pratiques informationnelles, apparaît-il au service d'une littéracie affective, entretenant un imaginaire de la désintermédiation et de la transparence ? En quoi le design est-il au cœur d'une dialectique orientation/exploration informationnelle, les pratiques et navigations informationnelles étant certes orientées par les hypermédias – notamment en raison de la « traçabilité automatique » (Merzeau, 2016) à l'œuvre – mais aussi enrichies par les potentialités d'exploration informationnelle que ceux-ci favorisent à travers un système de recommandation que les enquêtés considèrent souvent comme un levier ? Enfin, dans quelles mesures les jeunes chercheurs d'information peuvent-ils à leur tour « faire design », en agissant sur et par le système pour configurer interfaces et image de soi en ligne ?

### ***Méthodologie de recherche***

Pour développer et soutenir notre propos, nous nous appuyons sur une enquête qualitative menée auprès de 12 jeunes, âgés en 2017 entre 19 et 22 ans (déjà suivis dans des enquêtes précédentes lors de la scolarité au lycée<sup>1</sup>) dont nous nous attachons à mettre en perspective le parcours biographique informationnel, en lien notamment avec les dispositifs sociotechniques et les espaces informationnels. Le protocole de recherche engagé, favorisant la prise

---

<sup>1</sup> Si nous faisons état ici de données déclaratives, recueillies lors d'entretiens longs (entre 2h et 4h), à la fois semi-directifs et d'explicitation, avec les enquêtés, notre méthodologie intègre également des phases d'observations d'activités informationnelles. Les 12 enquêté-e-s pris ici pour cible de l'étude ont été suivis sur une année scolaire

Cordier, Anne. Du design de la transparence à l'agir informationnel : Les apports de parole incarnée (Vermersch, 1996) conduit les enquêtés à manipuler l'ensemble des objets informationnels et dispositifs techniques en leur possession, et à expliciter en situation leurs choix, d'applications, de configuration et de navigation. Les designs prennent une grande place dans les discours des chercheurs d'information, ainsi que les relations aux traces et aux données à caractère personnel. Nous mettrons ici par instants en regard ces données très fraîches (investigation menée entre juin 2016 et juin 2017) avec des données un peu plus anciennes recueillies lors d'autres investigations de type qualitatif auprès de jeunes âgés entre 11 et 17 ans (Cordier, 2015).

### **Le design au service d'une littéracie affective**

Nous portons un regard double et complémentaire sur les dispositifs informationnels. D'une part, ceux-ci s'inscrivent dans une visée foucauldienne, matérialisant un rapport de force ayant comme objectif de modéliser les pratiques, une modélisation acceptée – du moins partiellement – par les acteurs dans la mesure où elle fournit conjointement des balises pour borner le savoir. D'autre part, ils sont l'objet d'appropriation et de détournement de la part des utilisateurs, déployant leurs « arts de faire », et faisant ainsi preuve de créativité à travers l'exploitation de ces outils dotés d'une intention stratégique forte (Certeau, 1980). Toutefois incontestablement les dispositifs proposés aux individus disposent pour orienter, configurer, voire conditionner, les pratiques informationnelles d'un moyen qui se révèle particulièrement puissant et efficace : le design. Par design, nous entendrons ici – adoptant le point de vue des acteurs enquêtés – principalement le design esthétique, celui qui agence interface et contenu, de manière à présenter l'information à l'utilisateur de manière attractive et à encourager le chercheur d'information à activer des

Cordier, Anne. Du design de la transparence à l'agir informationnel : Les apports liens hypertextuels ou hypermédias, au détriment du design d'information davantage soucieux de la compréhension du récepteur et qui est destiné à directement informer le lecteur au moyen de la visualisation de données par exemple (Vollaire, 1997). Même si notre approche assume ici un pas de côté, en se centrant non sur les designers et concepteurs d'interfaces mais sur les récepteurs, elle ne peut rester insensible et profondément nourrie des travaux de Donald Norman (2002 ; 2012) ou encore Aaron Walter (2011) sur le design émotionnel. En effet, le lien entre appréhension d'un objet et émotion suscitée et/ou engagée dans l'activité est au cœur de nos questionnements.

### **« J'aime », ou l'esthétique, premier critère de choix informationnel**

C'est un fait : la nouvelle génération d'interfaces numériques comme les tablettes tactiles ou les smartphones servent l'aspiration de plus en plus large de la population à une relation directe et tangible au monde dans laquelle le toucher semble tenir une place de premier plan (Dubey, 2013 ; Saemmer, 2015). C'est ainsi notre rapport aux objets qui est questionné, et à travers lui au corps, fortement engagé dans les écrits d'écran (Béguin, 2001) et plus généralement dans cette relation à l'information médiatisée. Les dispositifs d'accès à l'information exploitent dans leur matérialité même ce désir du touchable, du multi-sensoriel, à travers « une esthétique du surgissement et du spectaculaire » (Saemmer, 2017) qui exerce une véritable fascination sur les utilisateurs.

Interrogés sur les raisons les conduisant à exploiter tel ou tel dispositif d'accès à l'information (pêle-mêle *Google*, *Facebook* ou encore *Youtube*), les enquêtés rencontrés confient en premier lieu leur adhésion à l'esthétique du design. Les argumentaires déployés commencent invariablement par

Cordier, Anne. Du design de la transparence à l'agir informationnel : Les apports

*« J'aime » : « J'aime les couleurs, l'agencement qui est clair aussi, on n'est jamais perdu, c'est joli et pratique à la fois »,* résume Kelly (18 ans) à propos de l'interface du réseau social Facebook. Anaïs (20 ans), qui utilise Discover, portail de publication directement intégré à l'application Snapchat, reconnaît que l'esthétisme du dispositif est la raison première de l'exploitation informationnelle de ces documents en ligne : *« C'est super sympa à lire, c'est vraiment agréable parce que c'est adapté à la lecture Snapchat, donc c'est plein de couleurs, c'est joli en fait... Et puis, il y a la manipulation qui est facile, agréable aussi parce que ça va vite, tu touches avec le doigt, tu fais défiler quand ça t'intéresse pas, c'est simple ! »*. Sensible à l'adaptation de l'interface à ses habitudes de lecture, et au ciblage « jeune » dont elle témoigne (*« C'est adapté aux jeunes, ça se voit, c'est pour moi, quoi »*), Anaïs ne tarie pas d'éloges, témoignant ainsi de la force du design sur la configuration des pratiques informationnelles : *« Si le design était pas aussi génial, c'est clair que je ne lirais pas ces infos-là, c'est super important pour moi que ce soit bien fait, que ça donne envie »*. Son discours lors de l'entretien au sujet de Discover est caractérisé par des termes mélioratifs et un ton emphatique (*« J'aime », « J'adore », « C'est super », « joli », « génial », « agréable »* (3 fois),...).

Tous les jeunes rencontrés, quel que soit leur âge ou leur niveau de formation, apparaissent extrêmement attentifs au design des dispositifs qui leur sont proposés. Le recours à Discover est facilité par un design qui apporte des indices sur l'utilisation de l'objet (affordances) ainsi que par la capacité d'inférence qu'il favorise : Anaïs peut convoquer des schèmes d'utilisation et de lecture qu'elle a déjà intégrés, ce qui facilite l'appréhension et l'appropriation du dispositif sociotechnique. Dans la même logique, le design peut, à l'inverse, jouer un rôle repoussoir pour l'accès à l'information en ligne, notamment parce que le modèle mental d'explicitation du fonctionnement du

Cordier, Anne. Du design de la transparence à l'agir informationnel : Les apports du dispositif n'est pas approprié par les utilisateurs visés. Nous avons pu nous en rendre compte lors d'investigations menées en établissements scolaires : encouragés à utiliser des outils de mutualisation pour travailler en groupe, les lycéens ont alors unanimement refusé, le choix leur étant laissé par les enseignants, d'exploiter l'ENT (Environnement Numérique de Travail). Là encore, c'est le critère esthétique qui est avancé comme argument imparable pour rejeter le dispositif : « *L'ENT c'est le truc du lycée, d'ailleurs ça se voit c'est lent et c'est moche* », ricane Olivier, élève en Seconde. Pour Amélie, scolarisée en Première Sciences Économiques et Sociales lors de cette enquête, le dispositif ne souffre aucune comparaison avec ceux qu'elle exploite avec plaisir dans sa vie quotidienne : « *Quand tu vois l'ENT, tu n'as juste pas envie d'y aller en fait ! Y a pas de couleurs, ou alors les couleurs, elles font années 80, c'est triste, quoi ! Rien à voir avec Snap ou Facebook, où c'est moderne, c'est gai, il y a des animations, tout ça !* ».

### **L'imaginaire de la transparence**

Ce design attractif entretient aussi souvent la sensation d'une transparence dans la diffusion de l'information – et partant, dans l'esprit des utilisateurs, dans sa fabrication même. Il influe dès lors directement sur l'imaginaire de l'outil de recherche d'information, et de l'activité informationnelle. Un imaginaire qui nous paraît essentiel à prendre en compte dans une approche sociale des pratiques informationnelles, en ce qu'il permet de mettre en avant la dimension fondamentalement émotionnelle (prise en compte de l'expression des désirs, des angoisses...) et active de la pratique, tout action humaine comprenant une forme symbolique.

Si l'activité de recherche d'information a toujours été instrumentée, analyser la pratique informationnelle aujourd'hui ne peut se faire sans

Cordier, Anne. Du design de la transparence à l'agir informationnel : Les apports questionner avec force la relation à la technologie. Ainsi penser les imaginaires qui sous-tendent l'activité informationnelle nécessite de s'intéresser à l'imaginaire de la technique, dimension supplémentaire spécifique de l'imaginaire. À la suite de Patrice Flichy, nous pensons qu'il est impossible de concevoir ou utiliser une technique sans se la représenter (Flichy, 2001), et que l'étude des pratiques informationnelles doit impérieusement être enrichie d'une saisie des imaginaires, de l'information et de la technique.

Parmi les imaginaires véhiculés à travers le design des dispositifs d'accès à l'information en ligne, celui de la transparence, à laquelle les chercheurs d'information allient une représentation d'un gage de sérieux et d'exhaustivité de l'information. Alexandra Saemmer souligne combien ces dispositifs numériques jouent avec la notion du « texte pur », information qui serait dénuée de couches de médiation communicationnelle (Saemmer, 2015). Une intention de désintermédiation qui séduit visiblement les usagers, et est d'ailleurs clairement mentionnée par les industriels eux-mêmes (pensons à l'exemple de la firme *Google and Co*, qui pose le principe de « l'interface pure » dès la conception du moteur de recherche ; Battelle, 2006).

Les enquêtés rencontrés, quel que soit leur âge au moment des investigations, louent le moteur de recherche *Google*, ou plutôt de façon métonymique, son interface, « *blanche et simple* » (Romain, 11 ans), « *sans publicité, ce qui est vraiment agréable* » (Julie, 17 ans). Une interface dont Brigitte Simonnot a étudié les contours et les influences sur les comportements de navigation de jeunes étudiants ainsi que sur leur appréhension de l'activité informationnelle elle-même (Simonnot, 2008). Son étude montre notamment combien ce design fait de l'activité de recherche d'information une activité non seulement ludique mais aussi magique, dans la mesure où la désintermédiation est – apparemment – à l'œuvre. Nos enquêtes menées auprès d'un public plus jeune



Cordier, Anne. Du design de la transparence à l'agir informationnel : Les apports corroborent tout à fait ces résultats. La sobriété de l'interface sous-tend une interprétation des jeunes chercheurs d'information quant à la valeur de l'information : « *J'aime bien, ça fait sérieux* », confie Alexandre, 11 ans, tandis que Florian, même âge, confirme : « *Google, c'est sérieux, ça se voit à l'écran, il est tout blanc* ». Plus encore, les choix graphiques impactent la conception de l'outil et les imaginaires développés quant à la recherche sur internet même chez les plus âgés : « *C'est pas bien compliqué, tu n'as pas à chercher longtemps avec Google, tu mets ce que tu cherches, tu cliques sur Rechercher, et voilà c'est fait* », résume Pierre, 18 ans. Une littéracie affective se développe donc autant avec ce moteur de recherche qu'avec les dispositifs qui pourraient nous sembler d'emblée plus attractifs tels que les réseaux sociaux et applications précédemment cités. C'est que le design du moteur est un facteur d'entretien de cette relation affective à l'outil. Plusieurs enquêtés évoquent d'ailleurs l'outil de recherche en l'anthropomorphisant, décrivant même une relation de complicité avec l'objet. Cette perception d'un univers du jeu et de la complicité est renforcée avec le système des doodles<sup>2</sup> dont les plus jeunes de nos enquêtés parlent avec beaucoup d'emphase et d'affectivité, touchés par ce design viscéral bien décrit par Donald Norman dans ses travaux (Norman, 2012) : « *Google, il s'adapte à la vie, il y a les o qui changent, vous savez, ça dépend des événements, comme pour la Chandeleur ou Halloween aussi, c'est comme si il faisait attention à notre vie à nous du coup* », commente Océane, 11 ans.

L'ensemble de ces observations de terrain conduit à interroger la prétendue fonction de médiation des dispositifs d'accès à l'information en ligne, une médiation qui est en réalité l'exercice d'une emprise destinée davantage à conquérir des consommateurs que d'assister des chercheurs d'information,

---

<sup>2</sup> Le doodle (griffonnage) est une modification du logo Google, opérée au gré d'événements, jours fériés, dates d'anniversaires. Ce système des doodles a été inventé par les fondateurs de Google Larry Page et Sergey Brin en 1999.

Cordier, Anne. Du design de la transparence à l'agir informationnel : Les apports soulevant la question de l'éthique inhérente à toute médiation (Simonnot, 2014).

## **Les designs au cœur d'une dialectique orientation/exploration informationnelle**

Cette question de l'éthique se pose également lorsqu'on considère l'orientation, voire le conditionnement, des pratiques et navigations informationnelles des individus sur le web. Si nous avons plus haut exposé l'influence du design des dispositifs sur les comportements et imaginaires des chercheurs d'information, selon une conception foucauldienne du dispositif envisagé comme un rapport de force et de pouvoir établi et exercé par une instance, nous souhaitons ici mettre en lumière la complexité de la situation effective des acteurs, pris dans une dialectique orientation/exploration informationnelle que l'approche sociale des pratiques informationnelles révèle.

## **Quand les designs et hypermédias configurent nos comportements de navigation**

C'est un fait, incontestable : les designs et hypermédias configurent nos comportements de navigation, et ce sans même que l'on s'en rende véritablement compte. À tel point que le philosophe Éric Sadin considère que nous sommes les victimes consentantes de ce « techno-capitalisme », contribuant de par la publicisation de notre existence, notamment via les réseaux sociaux, à la surveillance généralisée sur le web. Sadin signale que cette « numérisation de nos existences » prend une forme totalisante et non totalitaire, dans le sens où elle se base sur l'incitation. Nous sommes placés sous un « régime de la séduction » induite par l'ergonomie fluide des interfaces et la dimension ludique des applications. En réalité, l'incitation algorithmique

Cordier, Anne. Du design de la transparence à l'agir informationnel : Les apports ne nous force à rien, elle crée un sentiment d'évidence : « Elle relève presque d'un ordre épiphanique à nous révéler continuellement ce dont nous sommes supposés avoir besoin » (Sadin, 2015). Cette vision extrêmement sombre des réseaux est nuancée par Dominique Cardon ; le sociologue insiste sur le fait que les algorithmes sont décidés par des êtres humains, et qu'il nous revient de nous emparer de cette question qui est avant tout une question politique, dessinant ainsi le monde souhaité pour le collectif (Cardon, 2015).

Les jeunes rencontrés lors de nos recherches ont conscience de ce « régime de séduction » qui influence leurs pratiques informationnelles, particulièrement les plus âgés qui à ce propos développent des argumentaires très proches : « *Oui, bien sûr, je sais que quand je suis sur Facebook ou même sur internet en général, je laisse des traces et qu'elles vont être marchandisées. Bien sûr que je le sais ! Et alors, je fais quoi ? Je ferme l'ordi, je coupe tout, je m'enferme dans une grotte ?!* », s'énerve Reynald, 19 ans. Amélie, 20 ans, exprime la conscience d'être séduite : « *Je sais bien que c'est fait pour m'attirer, tout ça, ces couleurs, cette simplicité d'utilisation, du clic, tout ça, mais... Dans un sens, je dis Tant mieux ! Ok, ceux qui font ça se servent de moi, mais moi aussi je me sers d'eux, puisque j'utilise tous ces outils pour moi, pour mes besoins à moi ! C'est un peu du donnant-donnant* ».

### **Le système de recommandation, un levier pour l'exploration informationnelle ?**

Finalement, cette orientation des pratiques et navigations informationnelles, favorisée par le design attractif des dispositifs exploités, apparaît moins problématique pour les jeunes chercheurs d'information que nous avons rencontrés que pour les théoriciens. Plus encore, les enquêtés de

Cordier, Anne. Du design de la transparence à l'agir informationnel : Les apports nos études pointent le rôle de levier du système de recommandation pour enrichir leur cheminement informationnel en ligne.

Ainsi, alors que le journaliste Philippe Vion-Dury s'inquiète de la privation de hasard dont sont l'objet les internautes, en raison des algorithmes conditionnant les résultats des recherches (Vion-Dury, 2016) (faisant écho aux travaux de Eli Pariser à propos des « bulles de filtre », 2012), les enquêtés rencontrés mettent en avant au contraire l'exploration informationnelle que garantit selon eux le système de recommandation : « *Ok, concède Morgan (20 ans), il va me proposer des trucs en rapport avec ce que je cherche, mais ce sont des trucs que j'aurais pas forcément trouvés de moi-même, que j'aurais donc pas découverts* ». Ces lycéens, jeunes étudiants et salariés, engagés dans notre protocole de recherche actuel, définissent tous ainsi les contours d'une nouvelle relation à la recherche d'information, faite de sérendipité (Ertzscheid, Gallezot, 2003) et d'exploration à partir d'un nœud central, dont le processus d'extension est laissé au système de recommandation, sans que cela soit considéré comme négatif par eux.

Les inquiétudes sont pourtant grandes dans la société quant à ces designs et hypermédias qui masquent des algorithmes complexes et une surveillance des données (Nitot, 2016). Lors d'une conférence TED en octobre 2014, Gleen Greewald avait même alerté sur le contrôle de la pensée engendré par cette situation, affirmant que cette dernière donnait naissance à « une société qui pousse à la conformité » (Greewald, 2014). Les jeunes interrogés s'en défendent : ils ne modifient pas leurs pratiques informationnelles, et continuent de flâner sur les réseaux, sans se poser la question de ce que ces traces donneront à voir de leur profil de chercheur d'information. « *Si je commence à penser à ça, j'ai pas fini !* », nous répond Kelly (21 ans). Morgan,

Cordier, Anne. Du design de la transparence à l'agir informationnel : Les apports 20 ans, développe la même idée, considérant davantage le gain qu'il peut retirer de ce système de recommandation que les risques mentionnés plus haut : « *Moi, je veux bien, j'ai conscience de tout ça, hein, mais alors on fait quoi ? On se prive de ce que le web peut nous apporter ? On se prive de tout un océan de connaissances ? Moi je suis pas d'accord ! Ça m'énerve un peu aussi qu'on parle que de ça, parce que j'ai envie de dire Hey mec, tu vis dans le monde ou pas ?!* ». Tous pointent les bienfaits que le système de recommandation fait, selon eux, à leurs pratiques informationnelles et à leur système de connaissances.

Julie s'appuie sur les recommandations de la plateforme Youtube pour multiplier les ressources informationnelles à exploiter sur un sujet qui l'intéresse, quel qu'il soit, et que cette recherche soit effectuée dans le cadre de loisirs personnels ou de son travail universitaire (Julie est en 3<sup>ème</sup> année de Licence d'Administration Économique et Sociale). Tenir compte des suggestions lui paraît naturel : « *Youtube sait ce qui m'intéresse, il faut reconnaître que ça fonctionne très bien, les suggestions me permettent toujours d'aller plus loin dans ce que je cherche, et je découvre comme ça des chaînes aussi, comme cette chaîne de philosophie, Le Coup de Phil, que j'aime beaucoup, ou encore Arte philosophie, alors ça j'adore !* ». Julie insiste sur l'attractivité du format de communication, et la richesse informationnelle permise par ces recommandations, dont elle reconnaît ne pas savoir le fonctionnement : « *Non, je saurais pas dire comment ça marche, vraiment, et ce qu'ils en font, à part me proposer des chaînes ou des sites qui m'intéressent, mais... En fait, c'est ce qui compte pour moi, c'est que je trouve des choses intéressantes que sans ça je trouverais pas* ».

De la même manière, Anaïs explique combien l'accès à des contenus, recommandés, est pour elle une « *source de connaissance indispensable* ». Elle

Cordier, Anne. Du design de la transparence à l'agir informationnel : Les apports a ainsi découvert grand nombre d'informations par le biais incitatif de ces designs attractifs. Elle prend tout particulièrement le cas de *Discover*, portail de titres de presse proposés gratuitement *via Snapchat*. L'étudiante en 2<sup>ème</sup> année de formation d'assistante sociale reconnaît ne pas lire régulièrement et/ou assidument la presse, mais la découverte de *Discover* a profondément modifié son profil informationnel, et ses pratiques : la jeune fille, chaque jour, consulte des titres de presse *via* l'application. *« C'est la possibilité de voir, version Snapchat, c'est-à-dire version stories, en faisant défiler des photos et le texte qui va avec, l'actualité dans les magazines d'information. Ils ont adapté plusieurs magazines, version Snapchat, et franchement je trouve cela très réussi. De moi-même, je ne lis pas la presse, mais là, avec Discover c'est différent, et en plus l'offre est très large, ça va de Konbini au Monde en passant par le Cosmopolitan ! »*. On voit ici combien l'univers informationnel des jeunes enquêtés est enrichi sous l'effet d'un design attractif et d'un hypermédia déclencheur d'autres explorations informationnelles, allant même pour certains jusqu'à modifier profondément leur répertoire de pratiques, en le diversifiant, comme dans le cas de Anaïs, désormais lectrice quotidienne de presse sur le web.

### **« Faire design », ou agir sur/par le système pour configurer interfaces et image de soi en ligne**

La dialectique orientation/exploration informationnelle révèle toute l'influence paradoxale des designs et hypermédias sur les usages et pratiques juvéniles. Ce design de la transparence, à l'œuvre au sein des dispositifs d'accès à l'information en ligne, pourrait conduire à penser impossible l'agir informationnel sur les réseaux, les individus étant soumis à des prescriptions

Cordier, Anne. Du design de la transparence à l'agir informationnel : Les apports d'usages encodés dans les dispositifs d'accès à l'information en ligne, normalisant les comportements. La réalité sociale des pratiques est cependant bien plus complexe. L'intérêt de notre approche sociale et longitudinale de l'information est de mettre en lumière les variations et les réagencements des pratiques informationnelles des enquêtés, en les re-situant dans une historicité (Cordier, 2015b). Sont ainsi dévoilées des tactiques, trouvailles et astuces adoptées par les jeunes rencontrés qui agissent au sein d'un système circonscrit par d'autres, instaurant dans cet espace stratégique « de la pluralité et de la créativité » (Certeau, 2004).

### **De l'image pour soi à l'image de soi**

La propension à l'extimité (Tisseron, 2002) et à l'exposition de soi sur le web (Granjon, Denouël, 2010) est une caractéristique forte des pratiques juvéniles notamment. Toutefois notre étude longitudinale montre une évolution, au long des expériences vécues, de la relation à l'image personnelle en ligne chez les jeunes enquêtés. Un mouvement se dessine, de l'image pour soi, réalisée en songeant à sa propre satisfaction, à l'image de soi, réalisée dans une perspective sociale beaucoup plus conscientisée, inscrite dans une dynamique interactive et socialisante.

Prenons l'exemple de Amélie, aujourd'hui âgée de 20 ans et scolarisée en 2<sup>ème</sup> année de Sciences Politiques, qui revient sur son exposition en ligne depuis qu'elle utilise les réseaux sociaux. La jeune fille raconte que collégienne, elle avait tendance à poster des photos d'elle sans nécessairement se soucier de leur réception, mais qu'au fur et à mesure de sa fréquentation des réseaux sociaux comme des échanges avec d'autres (adolescents, enseignants), elle a modifié la gestion de son image personnelle en ligne, reléguant à l'intime des publications qui ne renvoyaient pas d'elle une image positive socialement. Plus

Cordier, Anne. Du design de la transparence à l'agir informationnel : Les apports encore, Amélie explique combien le choix des photos de profil est éminemment stratégique, nullement laissé au hasard, car marqueur social non négligeable : *« Les photos, c'est hyper calculé, quand même. (...) Soit on met des photos kikou<sup>3</sup>, soit on met des photos super classes avec floutage en arrière-plan, tout ça. Il y a clairement plusieurs écoles de photos sur Facebook, et ça définit clairement qui on est (...). La photo kikou, ça veut dire qu'on (...) fait des fautes d'orthographe quand on parle, ça veut dire que ben... on n'a pas trop d'avenir, quoi, alors que la photo travaillée, ça veut dire que potentiellement on a un peu de culture, parce que déjà si on travaille nos photos c'est qu'on est quelqu'un de soigné, qu'on réfléchit à ce qu'on fait, voilà ».*

Il s'agit alors de faire design en quelque sorte, en configurant interfaces et image de soi en ligne, de manière à maîtriser ses traces et sa propre communication. Amélie évoque d'ailleurs une stratégie de communication, mise en place avec sa sœur jumelle, consistant à publier les nouvelles photos de profil le dimanche soir à 19h *« parce que tout le monde est sur Facebook à ce moment-là, c'est comme l'audience, quoi ! »*. Une connaissance des logiques du système qui est alors utilisé à son propre avantage. De la même façon, pour Reynald, 20 ans, sans emploi, la capacité à ne pas subir le modèle dominant réside dans le développement de stratégies de communication s'appuyant sur les outils numériques et leur mode de fonctionnement. Il recourt par exemple à *Facebook* pour créer l'évènement autour des films qu'il réalise : afin que ses films soient diffusés au mieux sur les réseaux, et assurer ainsi *« [son] auto-promotion »*, Reynald publie de manière ciblée et planifiée sur *Facebook*, puis sur *Youtube*, tirant ainsi profit du modèle économique existant : *« On sait comment ça fonctionne, ces choses-là, faut qu'on les utilise à notre avantage, je*

---

<sup>3</sup> La « pose kikou » désigne ces poses stéréotypées adoptées par plusieurs jeunes sur les réseaux sociaux numériques, consistant à effectuer des selfies en effectuant une torsion de la bouche, mise en avant, et en imitant la gestuelle de rappeurs américains.



Cordier, Anne. Du design de la transparence à l'agir informationnel : Les apports *pense. [...] Moi, quand j'ai fait un court-métrage, je vais le poster une fois, j'attends un petit peu, je le re-poste une fois pour que dans le Fil d'Actualités ça réapparaisse, et donc que ça augmente les chances d'être vu. Une vraie stratégie de comm, quoi ! [rires] ».*

## **Des processus de socialisation à l'œuvre**

Les « arts de faire » (Certeau, 2004) déployés par les enquêtés que nous avons observés et suivis sur une période longue, de façon filée (3 ou 4 ans selon les cas), nous éclairent sur les processus de socialisation à l'œuvre dans les pratiques informationnelles et particulièrement ici la gestion des données à caractère personnel.

Dans le cadre de nos travaux, nous définissons la socialisation comme une forme de recherche de conformité au monde social, à ses valeurs et modes de fonctionnement. La socialisation nécessite ainsi que l'individu adhère au sens dans lequel comportements et habitudes s'ancrent. Une forme de socialisation suppose d'autant plus cette adhésion : la socialisation professionnelle. Considérée comme une socialisation secondaire qui correspond à une reconstruction de l'individu (Darmon, 2010), la socialisation professionnelle passe par l'adoption d'autres postures, gestes et modes de comportement. C'est tout à fait le cas de Anaïs, découverte lors d'une première investigation alors qu'elle était scolarisée en 1<sup>ère</sup> Sciences Économiques et Sociales, et actuellement en deuxième année de formation d'assistante sociale. La jeune fille nous raconte combien elle a, lors de sa 1<sup>ère</sup> année de formation professionnelle, modifié la configuration de ses équipements sociotechniques et partant son comportement informationnel pour endosser un rôle nouveau dans la société : *« Je me suis dit, enfin je rentre dans le monde professionnel, quoi, je vais pas...*

Cordier, Anne. Du design de la transparence à l'agir informationnel : Les apports

*Enfin, je veux pas que tout le monde voit genre ma sortie avec ma cousine le week-end parce que je mets ça en photo de fond d'écran sur mon téléphone, c'est pas professionnel ! Donc écran neutre (...). Je réfléchis à ça parce que je me dis que je dois être professionnelle dans tout, partout, c'est normal ».*

Notre approche sociale de l'information, inscrite de surcroît dans une perspective longitudinale, révèle, la confiance s'installant dans le temps entre la chercheuse et les enquêtés, des évolutions liées à des appartenances communautaires. Ainsi Julie, ancienne lycéenne enquêtée en classe de 1<sup>ère</sup> ES, aujourd'hui étudiante en 3<sup>ème</sup> année de Licence d'Administration Économique et Sociale, nous avoue lors d'un entretien récent portant sur la construction de son rapport à l'information son appartenance au mouvement des Ligues Antifa<sup>4</sup>. Cet engagement politique conduit la jeune fille à adopter des comportements sensiblement différents de ceux qu'elle pouvait avoir autrefois sur les réseaux. La prudence apparaît de mise, la recherche de profils par les opposants politiques aux Ligues Antifa (Julie parle de « *traque* » à laquelle s'adonneraient ces adversaires) nécessitant de « *vivre caché sur les réseaux ; si on se dévoile, ils nous repèrent, et alors c'est tout le groupe qu'ils peuvent repérer, et ils ont des pratiques vraiment... dangereuses* », dit Julie. Dès lors, la militante a tenu compte des conseils donnés par les autres membres de la ligue Antifa, qui lui ont expliqué les stratégies pour protéger au maximum des données, configurer ses accès internet de manière sécurisée : « *J'efface toutes les conversations privées sur Facebook, j'ai installé un logiciel pour évacuer les cookies, et je fais régulièrement un nettoyage du disque aussi (...)* Et j'ai

---

<sup>4</sup> Les « Ligues Antifa » sont des mouvements politiques qui se caractérisent par des luttes contre l'idéologie fasciste, et les politiques d'extrême-droite. Les militants, souvent jeunes (selon étude CEVIPOF), mènent notamment des actions dites « coup de poing » pour marquer les esprits, et organisent des rassemblements festifs pour donner de la visibilité à leur engagement.

Cordier, Anne. Du design de la transparence à l'agir informationnel : Les apports *configuré mon compte Facebook pour qu'on ne puisse y accéder que par mot de passe à usage unique*<sup>5</sup> ».

On voit par ces deux exemples combien la protection des données et la configuration de son espace d'expression et d'exposition en ligne relèvent d'une démarche socialisatrice. Ces deux exemples de socialisation, dans des mondes sociaux différents, témoignent de la capacité d'adaptation à un environnement multiple et plus encore d'une réflexivité développée sur ses pratiques, mises en cohérence avec un monde social auquel on aspire, et dont on a été capable de décrypter les normes d'usages et de comportements.

## **Conclusion**

Pour conclure notre propos, insistons : les pratiques informationnelles supposent des compétences sociales, qui permettent d'entrer en interaction avec l'Autre, que ce soit directement ou par le biais de médias/contenus médiatisés, et de se positionner dans le monde. Elles circonscrivent donc non seulement des compétences dans la manipulation d'outils, mais avant tout la faculté de l'individu de devenir acteur au sein des systèmes informationnels. Les objets informationnels étant aujourd'hui des objets socialement partagés, du fait de l'extension des accès *via* les dispositifs techniques, c'est même à une « circulation créative » que nous assistons : ces objets s'enrichissent et se transforment en traversant les espaces sociaux, véritables « êtres culturels » chargés de valeur (Jeanneret, 2008). En outre, face à l'évolution des modalités des apprentissages scolaires et des pratiques pédagogiques, force est de constater que la capacité à trouver et exploiter l'information nécessaire à la

---

<sup>5</sup> En effet, sous nos yeux, la jeune fille cherche à se connecter, depuis son ordinateur personnel, à son compte *Facebook*. Elle est alors destinataire d'un SMS lui indiquant un code à usage unique pour accéder sur cette temporalité limitée à son compte.

Cordier, Anne. Du design de la transparence à l'agir informationnel : Les apports construction de connaissances nouvelles devient un impératif éducatif de premier plan (Sundin, Francke, Limberg, 2011).

Dans cette perspective, nous avons vu combien le design des interfaces numériques et dispositifs sociotechniques influence l'imaginaire de la transparence informationnelle ainsi que les pratiques des jeunes acteurs enquêtés. Si ceux-ci ne fustigent pas le conditionnement des comportements et pratiques de navigation opéré par le design, ils souhaitent faire de ce dernier un allié dans leurs usages et pratiques informationnels, notamment en parvenant à tirer profit des leviers qu'il recèle à leurs yeux. Pour cela il s'agit d'avoir pleinement conscience de la dialectique entre l'agir – ce qui est mobilisable – et le faire – ce qui est effectivement possible – (Rabardel, 1985), ce que favorise notamment une culture de l'information, comprise comme alliant volet de connaissances, compréhension du monde, et conception de sa place dans l'organisation (Baltz, 1998). Il est de la responsabilité des professionnels de l'information et de l'éducation d'œuvrer pour cette culture de l'information résolument émancipatrice, qui permette aux acteurs d'agir, en conscience, par, dans et sur le système d'information, et plus largement dans la société de l'information et de la communication aux prises avec des logiques économiques, culturelles et sociales particulièrement complexes. Le design apparaît ainsi comme un véritable objet de réflexion dans la classe pour favoriser la réflexivité sur ses pratiques informationnelles et la conscientisation des processus de médiations dissimulés.

## **Bibliographie**

Baltz C., « Une culture pour la société de l'information ? Position théorique, définition, enjeux », *Documentaliste-Sciences de l'information*, n°32, 1998, p. 75-82.

Batelle J., *La révolution Google*, Paris, Editions Eyrolles, 2006.

Béguin A., « Le corps dans les lectures à l'écran », *Spirale*, n°28, 2001, p. 145-162. En ligne : [http://spirale-edu-revue.fr/IMG/pdf/8\\_Beguin\\_Spi28F.pdf](http://spirale-edu-revue.fr/IMG/pdf/8_Beguin_Spi28F.pdf)

Cardon D., *À quoi rêvent les algorithmes ? Nos vies à l'heure du big data*, Paris, Le Seuil, 2015.

Certeau M. de, *L'invention du quotidien. 1 : Arts de faire*, 2<sup>ème</sup> édition, Paris, Gallimard, 2004.

Cordier A., *Grandir Connectés : Les adolescents et la recherche d'information*, Caen, C & F Éditions, 2015.

Cordier A., « Saisir l'environnement numérique des individus par l'historicité de l'expérience informationnelle », In Paganelli C., Chaudiron S., Zreik, K. (dir.), *Documents et dispositifs à l'ère post-numérique*, Paris, Europia, 2015.

Cordier A., « Imaginaire(s) de la Jeunesse à l'heure du numérique : entre discours et pratiques, des imaginaires en tension », *Revue Interfaces Numériques*, vol.4, n°2, 2015, p. 259-283. Disponible en ligne : [https://hal.archives-ouvertes.fr/sic\\_01580768/document](https://hal.archives-ouvertes.fr/sic_01580768/document)

Cordier A., Liquète V., *Utopies contemporaines en information-documentation*, Londres, ISTE Éditions, sous presse.

Darmon M., *La socialisation*, 2<sup>ème</sup> édition, Paris, Armand Colin, 2010.

Denouël J., Granjon F., *Communiquer à l'ère numérique : Regards croisés sur la sociologie des usages*, Paris, Presses des mines, 2011.

Cordier, Anne. Du design de la transparence à l'agir informationnel : Les apports

Dubey G., « Les défis anthropologiques de la robotique personnelle », *Annales des Mines Réalités Industrielles*, février 2013. En ligne : <http://www.telecom-em.eu/sites/default/files/article%20dubey.pdf>

Ertzscheid O., Gallezot G., « Chercher faux et trouver juste : sérendipité et recherche d'information », *10<sup>ème</sup> Colloque bilatéral franco-roumain CIFSIC*, Bucarest, juillet 2003. En ligne : <http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/docs/00/06/22/72/HTML/index.html>

Gardiès C., Fabre I., Couzinet V., « Re-questionner les pratiques informationnelles », *Études de Communication*, n°35, 2010, p. 121-132.

Granjon F., Denouël J., « Exposition de soi et reconnaissance de singularités subjectives sur les sites de réseaux sociaux », *Sociologie*, n°1, 2010. En ligne : <http://sociologie.revues.org/68>

Greewald G., « Why privacy matters », *Ted.Com*, 2014. En ligne : <https://www.youtube.com/watch?v=pcSlowAhvUk>

Jeanneret Y., *Penser la trivialité. Volume 1 ; La vie triviale des êtres culturels*, Paris, Hermès Lavoisier, 2008.

Merzeau L., « Il n'y a pas de mémoire sans une pensée de l'oubli », *Archimag*, juillet-août 2016. En ligne : [https://merzeau.net/wp-content/uploads/2016/07/Archimag-296-ITW\\_Merzeau.pdf](https://merzeau.net/wp-content/uploads/2016/07/Archimag-296-ITW_Merzeau.pdf)

Nitot T., *Surveillance : Les libertés du défi du numérique, comprendre et agir*, Caen, C & F Éditions, 2016.

Norman, D.A., *The Design of Everyday Things*, Basic Books, 2002.

Norman, D.A., *Le design émotionnel : Pourquoi aimons-nous (ou détestons-nous) les objets qui nous entourent ?*, Bruxelles, De Boeck, 2012.

Pariser E., *The Filter Bubble : What the Internet is Hiding From You*, London, Penguin Books Ltd, 2012.

Cordier, Anne. Du design de la transparence à l'agir informationnel : Les apports

Rabardel P., *Les hommes et les technologies. Approche cognitive des instruments humains*, Paris, Armand Colin, 1985.

Sadin É., *La vie algorithmique : critique de la raison numérique*, Paris, L'échappée Éditions, 2015.

Saemmer A., *Rhétorique du texte numérique : Figures de la lecture, anticipations de pratiques*, Villeurbanne, Presses universitaires de l'Enssib, 2015.

Saemmer A., « Lectures préférentielles du dispositif tablette », In Liquète V., Soumagnac K. (dir.), *Translittératie et affiliations numériques*, Paris, Hermann, 2017.

Simonnot B., « Quand les moteurs de recherche appellent au jeu : usages ou détournements ? », *Questions de Communication*, n°14, 2008, p. 95-114.

Simonnot B., *L'accès à l'information en ligne : Moteurs, dispositifs et médiations*, Paris, Hermès Sciences Lavoisier, 2012.

Simonnot B., « Médiations et agir informationnel à l'ère des technologies numériques », *Les Cahiers d'Esquisse*, 2014. En ligne : [https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic\\_01124651](https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_01124651)

Sundin O., Francke H., Limberg L., « Practicing Information Literacy in the Classroom: Policies, Instructions and Grading », *Dansk Biblioteksforskning*, n°7, 2011, p. 7-17.

Tisseron S., *L'intimité surexposée*, Paris, Hachette, 2002.

Tricot A., *Apprentissages et documents numériques*, Paris, Belin, 2007.

Vermersch P., *L'entretien d'explicitation*, 2<sup>ème</sup> édition, Issy-les-Moulineaux, ESF, 1996.

Vion-Dury P., *La nouvelle servitude volontaire : Enquête sur le projet politique de la Silicon Valley*, Paris, FYP Éditions, 2016.

Cordier, Anne. Du design de la transparence à l'agir informationnel : Les apports

Vollaire L., « Le design d'information », *Communication & Langages*, n°112, 1997, p. 35-50. En ligne : [http://www.persee.fr/doc/colan\\_0336-1500\\_1997\\_num\\_112\\_1\\_2761](http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_1997_num_112_1_2761)

Walter, A., *Design émotionnel*, Paris, Eyrolles, 2011.