



HAL
open science

Pratiques informationnelles durables : la question de la culture de l'information pour les natifs du numérique à l'heure de l'ubiquité des algorithmes de recherche et l'appropriation de Google par les “ digital natives ”

Antoine Henry, Jean-Baptiste Macluckie

► To cite this version:

Antoine Henry, Jean-Baptiste Macluckie. Pratiques informationnelles durables : la question de la culture de l'information pour les natifs du numérique à l'heure de l'ubiquité des algorithmes de recherche et l'appropriation de Google par les “ digital natives ”. COSSI 2013 - La culture de l'information et les pratiques informationnelles durables, Jun 2013, Shippagan, Canada. halshs-02087727

HAL Id: halshs-02087727

<https://shs.hal.science/halshs-02087727v1>

Submitted on 2 Apr 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.

Pratiques informationnelles durables : la question de la culture de l'information pour les natifs du numérique à l'heure de l'ubiquité des algorithmes de recherche et l'appropriation de Google par les « digital natives »

Antoine Henry et Jean-Baptiste MacLuckie
jb.macluckie@gmail.com; antoine.henry@cellie.fr
Master 1 Intelligence Économique et Communication Stratégique
Université de Poitiers, Poitiers, France

Résumé : Le présent article traite de la durabilité de la culture de l'information au travers du prisme des « *digital natives* ». Nous mettons en perspective deux dimensions que nous pensons complémentaires : la recherche en Sciences de l'Information – Communication et les réflexions d'étudiants en SIC sur leurs propres pratiques informationnelles. Celles-ci semblent de plus en plus influencées par les outils proposés par Google Inc., et par la dimension technique au détriment d'une approche méthodologique et plus globale.

Mots-clés : information, culture de l'information, Google, capitalisme linguistique, recherche d'informations.

Introduction

« Petite Poucette ouvre son ordinateur. Si elle ne se souvient pas de cette légende, elle considère toutefois, devant elle et dans ses mains, sa tête elle-même, bien pleine en raison de la réserve d'informations, mais aussi bien faite, puisque des moteurs de recherche y activent, à l'envie, textes et images, et que mieux encore, dix logiciels peuvent y traiter d'innombrables données, plus vite qu'elle ne le pourrait. Elle tient là, hors d'elle, sa cognition jadis interne, comme Saint Denis tint son chef hors du cou. Imagine-t-on Petite Poucette décapitée ? Miracle ? » (Serres, 2012).

Cette citation de Michel Serres semble symptomatique d'une société qui se cherche et se découvre par et grâce aux moteurs de recherche. Ceux-ci sont progressivement devenus les intermédiaires entre la connaissance et les individus. En effet, selon une étude TNS Sofres menée en 2010, 72% des 15 - 34 ans considèrent Internet comme

une source d'information importante¹⁰⁵. Élément renforcé par la part prépondérante de Google dans les pratiques informationnelles¹⁰⁶ des français, 91% des d'entre eux utilisent Google comme moteur de recherche contre 65% aux États-Unis¹⁰⁷. Mais cela va même bien plus loin que cela, notamment pour les plus jeunes. Si l'on en croit Brigitte Simonnot (*in* Simonnot, Gallezot, 2009), de nombreuses études ont démontré que les moteurs de recherche sont les principaux points d'accès pour la recherche d'information chez les étudiants. Les moteurs de recherche deviennent alors « un outil universel et les étudiants les utilisent pour tout faire ». Dans une étude réalisée par Simonnot (*ibid.*) auprès d'étudiants en information-communication, 96% des étudiants interrogés considèrent Google comme le premier moteur de recherche. (*Ibid.*).

Cela est d'autant plus intéressant que ce moteur de recherche n'a été créé qu'en 1998, par deux jeunes doctorants Larry Page et Sergey Brin de l'Université de Stanford. En 15 ans, Google a pris une part prépondérante dans notre vie et notamment celle des plus jeunes. Cette montée de Google a accompagné le développement d'Internet et du Web dans les années 2000. Nous avons vu progressivement les moteurs de recherche remplir un rôle décisif dans les pratiques informationnelles des internautes et dans l'accès par le grand public aux contenus numériques (livres électroniques, l'échange de fichiers électroniques ou encore des fichiers musicaux¹⁰⁸). Parmi les éléments les plus emblématiques de cette évolution, si nous comparons le nombre de requêtes par mois entre 1998 et aujourd'hui, nous sommes passés de 300 000 requêtes/mois à près de 100 milliards/mois¹⁰⁹. Google est alors une formidable porte d'entrée pour accéder aux contenus présents sur Internet, voire même pour certains l'unique point d'entrée.

Du point de vue de l'utilisateur, Google donne accès de manière [apparemment] simple et rapide à l'information disponible sur Internet. De cette manière, il

¹⁰⁵ TNS Sofres. (Consulté en ligne le 1 mars 2013). *TNS Sofres, leader français des études marketing et d'opinion*, étude publiée le 16/02/2010.

<http://www.tns-sofres.com/points-de-vue/5DE958ED2834407F9F6F28E06A90B8FC.aspx>.

¹⁰⁶ Comprendre « pratiques informationnelles » selon l'acception de Chaudiron et Ihadjadene (2010) : « la manière dont un ensemble de dispositifs, de sources formelles ou non, d'outils, de compétences cognitives sont effectivement mobilisés, par un individu ou un groupe d'individus, dans les différentes situations de production, de recherche, d'organisation, de traitement, d'usage, de partage et de communication de l'information »

¹⁰⁷ WebRankInfo. (Consulté le 20 avril 2013). *Référencement Google, Bing Forum, tutoriels, actualité, conseils*, étude publiée le 19/04/2013. <http://www.webrankinfo.com/dossiers/google/chiffres-cles>

¹⁰⁸ À l'image du réseau Napster, créé en 1999, réseau P2P qui servait à échanger des fichiers musicaux.

¹⁰⁹ Techno La Presse. (Consulté le 1 mars 2013). *LaPresse.ca | Actualités, Arts, International, Débats, Sports, Vivre, Voyage*, étude publiée le 29/10/2012. <http://techno.lapresse.ca/nouvelles/Internet/201210/29/01-4588052-google-un-geant-qui-brasse-des-milliards-d-utilisateurs-et-de-requetes.php>.

transforme la relation entre les utilisateurs, notamment les plus jeunes qui sont les plus touchés, et l'information. Le recours massif aux moteurs de recherche, en ce qu'il transforme la relation des utilisateurs à l'information, introduit un changement paradigmatique dans la recherche d'information. Si « rechercher de l'information consiste bien à résoudre le problème de trouver de l'information » (Tricot, Comtat, 2012), la résolution du problème opérée par les moteurs de recherche pose question. Dans cette optique, plusieurs approches peuvent se confronter. Nous avons choisi de mettre en perspective les deux approches suivantes :

- Celle des chercheurs sur le thème de la culture de l'information
- Celle des internautes et utilisateurs finaux

C'est au travers de ces deux prismes que nous allons nous questionner et mener notre réflexion sur les liens entre culture de l'information, *digital natives* et Google. Ces questions sont d'autant plus importantes que les changements liés au numérique et aux moteurs de recherche transforment notre rapport avec l'information et nous posent la question de la durabilité de celle-ci.

1.1. Vers une vision dynamique de la culture de l'information chez les *digital natives* ?

La question de la culture de l'information est vaste, complexe et surtout relativement récente. Selon une étude bibliométrique réalisée par Alexandre Serres en 2007 et son actualisation en 2009 (Serres, Le Deuff, 2010), à partir des années 2000 l'occurrence des termes liés à la culture de l'information est en forte progression dans la littérature scientifique. Sont considérés comme termes liés à la culture de l'information les termes suivants : culture informationnelle, maîtrise de l'information, *information literacy*, éducation à l'information ou encore intelligence informationnelle (*Ibid.*).

Pourtant, malgré cette relative nouveauté, la notion de culture de l'information prend source dans son équivalent anglo-saxon : *information literacy*, conceptualisée en 1974 par Paul Zurkowski président de l'US Information Industry Association. Selon Olivier Le Deuff (2011), la notion de littératie (*literacy*) désigne : « [un] mouvement progressif d'apprentissage avec continuités et ruptures entre sphères scolaires et domestique ». Dès lors, *information literacy* et par extension la culture de l'information sont liées à la notion d'apprentissage s'inscrivant dans la durée, un apprentissage qui n'est pas confiné à l'école ou à l'Université mais qui se prolonge au-delà de l'éducation scolaire ou de l'enseignement supérieur.

Face au nombre considérable de définitions des notions de culture de l'information, *information literacy* ou encore d'intelligence informationnelle, nous avons choisi d'orienter nos réflexions en partant de la définition suivante de la culture de l'information, ici considérée comme synonyme de maîtrise de l'information :

« Une personne qui possède une bonne maîtrise de l'information devrait être en mesure de reconnaître un besoin d'information, d'identifier et de localiser cette information, de l'interpréter, de la comprendre, d'évaluer sa pertinence dans une démarche de résolution de problème et de l'utiliser de façon éthique ». (Salaün, Arsenault, 2009)

Bien que nous ayons conscience de l'existence de nombreuses autres définitions de la culture de l'information et des termes qui lui sont liés, celle-ci a été utilisée comme base de notre réflexion. En complément de cette définition, nous avons également pris en compte les trois niveaux de compétences de la culture de l'information conceptualisés par Juanals (2003) :

1. Premier niveau : Maîtrise de l'accès à l'information (compétences info-documentaires);
2. Deuxième niveau : Culture de l'accès à l'information (aptitude à utiliser de manière critique et créative l'information);
3. Troisième niveau : Culture de l'information (dimension éthique et sociale).

Cette répartition en trois niveaux se succédant progressivement permettent dès lors de dépasser l'acception de la culture de l'information comme simple collection de compétences info-documentaires et de lui conférer des dimensions éthiques et sociales, regroupées dans le troisième niveau conceptualisé par Brigitte Juanals (*Ibid.*). Dès lors ces deux définitions ont orienté nos réflexions sur la culture de l'information chez les *digital natives*, dans un contexte où la recherche d'information sur Internet est massivement associée au moteur de recherche Google.

1.2. Les *digital natives* et la culture de l'information

L'utilisation de l'expression *digital natives* dans cet article est délibérée, bien que cette dernière aie pu être critiquée dans le milieu de la recherche en Sciences Humaines et Sociales. C'est Marc Prensky qui, dans un article de 2001 intitulé « *Digital Natives, Digital Immigrants* », a conceptualisé l'expression *digital natives*, expression qui désigne les jeunes générations nées dans une société où les technologies numériques sont présentes voire omniprésentes. Selon lui, les digital natives sont des « *“native speakers” of the digital language of computers, video games and the Internet*

» (Prensky, 2001). Dès lors selon l'auteur, les *digital natives* possèdent des aptitudes innées notamment liées à la maîtrise des outils informatiques, d'Internet ou encore des jeux vidéo. Selon Bennett, Maton et Kervin (2008), s'appuyant sur les écrits de Don Tapscott sur la *net generation* (1998) et de Prensky sur les *digital natives* (2001), les deux grandes caractéristiques des *digital natives* sont :

- Les jeunes *digital natives* possèdent des connaissances et compétences innées liées aux TIC ;
- Ils sont également en rupture par rapport aux générations précédentes, notamment en matière d'apprentissage.

Face à ce discours prônant l'omniscience des *digital natives* quant à l'environnement numérique et aux outils qui lui sont liés, plusieurs voix se sont élevées afin de nuancer et critiquer les propos de Marc Prensky. Bennett, Maton et Kervin (2008) évoquent notamment le manque de preuves empiriques dans les écrits promouvant les *digital natives* et leurs prétendues compétences. Par rapport à notre thématique de recherche, notons qu'Olivier Le Deuff (2011) distingue « l'attrait et l'usage régulier » des outils du numérique qu'il attribue aux natifs du numérique, de la « réelle maîtrise » de ces mêmes outils. Cette distinction est un premier élément permettant de nuancer les aptitudes des *digital natives*. À cela s'ajoute le manque de compétences informationnelles des prétendus natifs du numérique. Au vu des résultats d'une étude réalisée sur les compétences en recherche d'informations d'étudiants des Universités de l'Illinois, Andrew Asher, est catégorique : « *Students do not have adequate information literacy skills when they come to college, and this goes for even high-achieving students* »¹¹⁰. Cecelia Brown, Teri J. Murphy et Marc Manny (2003) soulignent également le manque de compétences informationnelles des étudiants, les qualifiant de *techno-savvy* et non *d'info-savvy*. Le terme *savvy* désigne en général une personne « qui s'y connaît en » ou « qui est expert en », les étudiants sont donc considérés par les auteurs comme connaisseurs en technologies mais aussi comme possédant peu de compétences informationnelles. Le rapport *Réussir l'école numérique* du député Jean-Michel Fourgous¹¹¹ va dans ce sens, puisqu'il évoque la « maîtrise superficielle » que peuvent avoir les *digital natives* des outils du numérique et leur méconnaissance des implications éthiques de l'utilisation d'Internet. L'expression « maîtrise superficielle » est intéressante tant elle est oxymorique. Cette expression désignerait-elle l'illusion de maîtrise des outils du numérique qu'ont les *digital natives* ? À cette question retenons des éléments de réponses apportés par une

¹¹⁰ Etude réalisée par le projet ERIAL menée auprès de plus de 600 étudiants : En ligne : <http://www.insidehighered.com/news/2010/09/29/search>
<http://www.academiccommons.org/commons/essay/erial-project>

¹¹¹ Réussir l'école numérique. Paris, Ministère de l'Education Nationale, 2009. En ligne : http://www.reussirlecolenumerique.fr/pdf/Rapport_mission_fourgous.pdf

étude de Nicholas *et al.* (2010) qui identifie plusieurs lacunes en matière d'*information literacy* chez les *digital natives* :

- La culture de l'information des jeunes ne s'est pas améliorée avec l'accès aux TIC ;
- Les jeunes passent peu de temps à chercher l'information, ce qui implique un laps de temps très court passé à évaluer la pertinence de l'information ;
- Les jeunes ont tendance à revenir aux mêmes sites de référence ;
- Les jeunes ont des difficultés à identifier leur besoin en information, ce qui ne leur permet pas de développer des stratégies de recherche d'information efficaces. De plus, ils ont tendance à utiliser le langage naturel pour rechercher sur les moteurs de recherche au lieu d'utiliser des mots-clés ;
- L'utilisation massive de moteurs de recherche commerciaux tels que Google biaise les représentations qu'ont les jeunes d'Internet, puisqu'ils les associent avec Internet et ne prennent pas en compte la diversité de sources d'informations existantes.

Après un tel constat se pose la question de la formation à la culture de l'information, et notamment de la durabilité de celle-ci. Dans son ouvrage *La formation aux cultures numériques*, Olivier Le Deuff (2011) s'interroge sur la durabilité des usages des outils du Web 2.0, usages qu'il qualifie d'« inscrits dans l'éphémère ». La publication de tweets ou encore de statuts Facebook semble, toujours selon Olivier Le Deuff (*ibid.*), correspondre à une « culture de l'instantanéité » qui, de par son nom semble incompatible avec le concept même de durabilité.

1.3. Culture de l'information et l'apprentissage tout au long de la vie

La culture de l'instantanéité s'oppose-t-elle réellement au concept de durabilité ? Comment rendre la culture de l'information pérenne alors qu'étant étudiée sous l'angle des technologies du numérique, elle évolue dans un environnement instable et en perpétuel changement ? En effet, le Web est un écosystème dynamique où les informations apparaissent, se transforment et évoluent continuellement. En parallèle, les TIC suivent le rythme de transformation du Web, les outils, applications et sites Web évoluent également, impliquant parfois une perte de repère quant aux habitudes des usagers. Comment maintenir dans un tel contexte une culture durable de l'information ? La réponse se trouve peut-être dans une culture de l'information que nous qualifierons de dynamique¹¹², en mouvement et en perpétuelle quête

¹¹² L'ATILF définit le mot dynamique dans son acception philosophique comme : « Qui considère les choses dans leur mouvement. *Conception, idée, morale, point de vue, vérité dynamique.* »

d'amélioration. Cette conception de la culture de l'information peut être illustrée par cette citation d'Alvin Toffler, sociologue et écrivain américain (*in* Gibon R., 1997) : « *The illiterate of the 21st century will not be those who cannot read and write, but those who cannot learn, unlearn and relearn* ». Cette citation célèbre d'Alvin Toffler n'est pas sans rappeler la notion d'apprentissage continu, aussi appelé *lifelong learning*, qui désigne un apprentissage « tout au long de la vie », mais Alvin Toffler va plus loin en parlant d'« apprendre, désapprendre et réapprendre ». Dans cette même logique, Mark Deuze (2007) souligne que les travailleurs d'aujourd'hui [et de demain] devront être capables de désapprendre les compétences obsolètes tout en s'adaptant aux technologies présentes et futures. Selon Deuze (*ibid.*), les travailleurs doivent devenir « leurs propres entreprises », être autonomes et capables de s'adapter aux nouvelles réalités de leurs emplois. Cet aspect est également développé par Olivier Le Deuff (2011), qui évoque la possibilité du *Personal Knowledge Management* selon l'acception de Christophe Deschamps¹¹³ (*in* Delengaigne, Mongin, Deschamps, 2011) comme moyen d'apprendre tout au long de la vie, mais aussi de travailler « pour soi et sur soi », de s'améliorer tout en cherchant à devenir autonome vis-à-vis de son lieu de travail.

La notion de culture de l'information dynamique telle que nous l'évoquons s'inscrit dans un environnement numérique instable et en perpétuel changement. Cet aspect est d'autant plus important que l'entreprise Google, au même titre que les autres technologies ou les autres sociétés dont l'activité évolue dans cet environnement mouvant qu'est Internet, risque de se faire remplacer par un concurrent ou de faire faillite à un moment ou un autre. Ainsi, plusieurs éléments doivent être pris en compte. Le premier est la nécessaire adaptation des usagers aux nouvelles logiques et outils auxquels ils peuvent accéder. En ce sens, la décision de Google de fermer des services tels que Google Reader reste problématique pour certains usagers qui appuient une partie de leurs pratiques informationnelles sur cet outil. Mais un autre aspect plus problématique est la perte des savoirs et des connaissances qui ont été créées par les utilisateurs et qui étaient alors stockées dans ces espaces virtuels mais aussi la perte de repères pour les utilisateurs. L'internaute doit alors apprendre une nouvelle logique, remettre en question ses pratiques. En l'occurrence, si Google devait fermer, ce serait pour un certain nombre d'internautes une perte importante dans leurs pratiques informationnelles sur le web. En effet, quel(s) moteur(s) de recherche serait en mesure de remplacer l'hégémonique Google ? Dans un tel contexte, quelle durabilité pour l'information sur le web ? Quelle fiabilité pouvons-nous attendre de

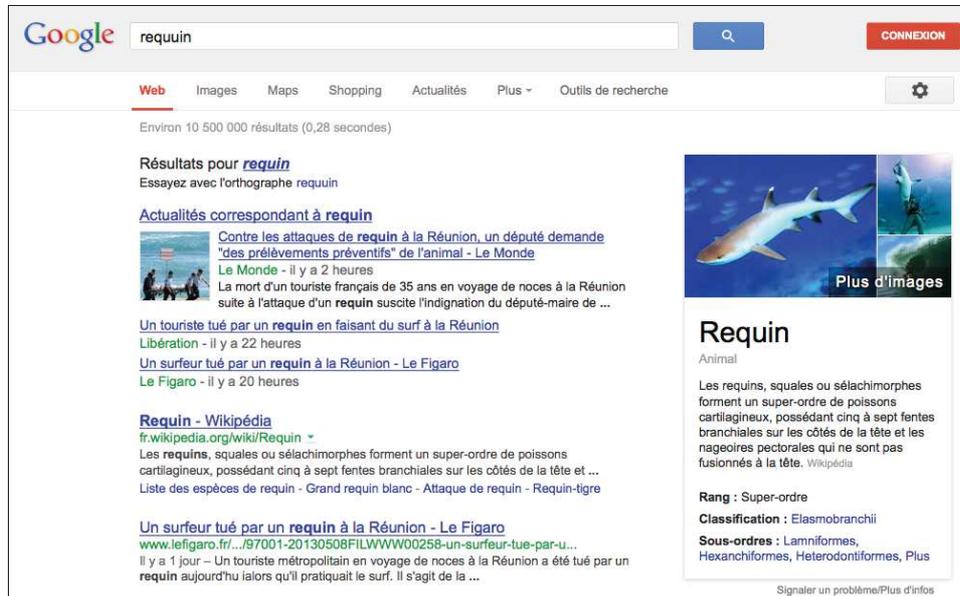
¹¹³ « Le PKM doit donc être conçu comme un système pour mieux se piloter soi-même dans un univers où les différents types de surcharge [...] nous masquent le chemin en permanence. Il est la boussole qui nous permet de garder le cap de nos objectifs à long terme » (Delengaigne, Mongin, Deschamps, 2011).

cette information ? Les algorithmes, véritables « boîtes noires » des moteurs de recherche, ne biaisent-ils pas notre représentation des résultats obtenus lors de la recherche d'information ?

1.4. Les logiques linguistiques et économiques de Google et leurs impacts sur la culture de l'information

Google, de par sa fonction de moteur de recherche, est une porte. C'est une porte d'entrée vers une partie du Web et d'Internet. Mais nous n'avons alors accès qu'à une partie de ceux-ci. Comme le signalent Simonnot et Gallezot (2009), Google est un véritable « entonnoir qui redéfinit les règles du jeu de l'usage de l'information ». En effet, Google indexe des sites et des pages Web selon des critères qui lui sont propres et dont nous n'avons pas connaissance, son algorithme étant un de ses secrets les mieux protégés, une véritable boîte noire. Pour accéder au Web par Google, il est nécessaire de connaître son utilisation, même si elle peut sembler simple au premier abord. À partir de cet instant, Google va imposer son mode de pensée et ses grilles de recherche aux internautes qui l'utilisent. En effet, ceux-ci étant dépendant du moteur de recherche pour accéder aux contenus en ligne, ils doivent se plier aux critères de Google qui va alors pouvoir orienter la recherche des internautes. Frédéric Kaplan, chercheur en *digital humanities* et ingénieur (2011, 2012), dans son introduction au capitalisme linguistique, met en avant l'appropriation des mots et la manipulation de ceux-ci par Google. En offrant la possibilité d'acheter des mots-clés, de guider les internautes vers des sites qui paient pour un meilleur référencement, Google s'approprie le langage, du moins sur sa plate-forme. Cet aspect se traduit aussi par les suggestions de Google ou le Google Instant Search qui orientent l'internaute suivant ce que Google souhaite, notamment selon ses propres logiques économiques. Par exemple [Figure 1], si une requête comme « requin » est utilisée, de suite, Google va proposer les résultats pour ce qu'il pense être la véritable requête, en l'occurrence nous aurons les résultats pour le terme « requin » :

Figure 1 - Résultats pour la requête [requin] sur le moteur de recherche Google (9 mai 2013)



De cette manière, Google va conduire l'internaute dans une direction qui est plus en adéquation avec ses attentes et celles des autres utilisateurs de Google, Ainsi la recherche d'information via Google est une pratique intrinsèquement liée avec les logiques de la firme de Mountain View. Pour Kaplan (2011, 2012), nous en arrivons donc à une « régularisation de la langue » et parmi les acteurs de cette régulation, Google est l'un des plus importants.

La galaxie Google qui est composée par les services que l'entreprise offre en plus du moteur de recherche va dans ce sens. Sont alors impactées nos pratiques liées aux échanges d'e-mail (avec Gmail), la navigation sur le Web (avec Chrome), nos télécommunications (avec Android, le système mobile de Google) ou encore notre consommation de contenus multimédias (avec Youtube).

De cette manière, l'entreprise enferme l'internaute dans son écosystème. Cette logique a-t-elle un impact sur notre pensée et nos pratiques ? Cette interrogation n'est pas sans rappeler l'image de Nietzsche et de sa machine à écrire :

« Une fois qu'il eut maîtrisé la frappe, il fut capable d'écrire les yeux fermés, utilisant uniquement le bout de ses doigts. Les mots pouvaient de nouveau couler de son esprit à la page. Mais la machine eu un effet plus subtil sur son travail. Un des amis de Nietzsche, un compositeur, remarqua un changement dans son style d'écriture. Sa prose, déjà laconique, devint encore plus

concise, plus télégraphique. (...) 'Tu as raison, répondit Nietzsche, nos outils d'écriture participent à l'éclosion de nos pensées » (Carr, 2011).

Nietzsche met ainsi en avant les transformations de la pensée et de notre cerveau de manière intuitive. Intuition qui s'est vue en 2011 validée par une étude américaine parue dans *Science*, qui a réussi à démontrer que notre mémoire et notre cerveau évoluent sous l'influence d'Internet (Sparrow, Liu, Wegner, 2011) ¹¹⁴. Cette transformation impacte donc les utilisateurs et leurs pratiques. Nous allons nous questionner plus précisément sur les *digital natives*, leur culture informationnelle et Google.

Méthodologie

2.1. Informations préalables

Le présent article s'inscrit dans une démarche exploratoire réalisée par deux étudiants en master information – communication. Dès lors ce travail n'aspire pas à donner des réponses à des questions complexes liées à la culture de l'information chez les *digital natives*, mais bien de fournir des éléments de réflexion qui serviront de base pour de prochains écrits. Concernant la méthodologie, notre enquête a été réalisée dans un laps de temps court, ce qui explique notre échantillon réduit.

2.2. Problème de recherche

Pour approcher cette question, nous avons décidé d'utiliser l'analyse par théorisation ancrée ou *Grounded Theory* (Glasser, Strauss, 1967). Ce choix nous a semblé le plus pertinent dans le laps de temps imparti (de cette manière, nous pouvions collecter et analyser simultanément) et pour théoriser ce sujet, c'est-à-dire mieux le comprendre, comprendre les pratiques de la population étudiée. Nous avons souhaité étudier ce phénomène du point de vue de l'utilisateur pour mieux appréhender sa vision tout en la confrontant avec celles d'universitaires. Nous sommes plus dans une approche ethnographique de la théorie ancrée, nous nous penchons en effet sur la culture informationnelle d'une partie de la population.

¹¹⁴ Article disponible sur le site de *Science* : <http://www.sciencemag.org/content/333/6043/776.full>.
Université de Moncton, campus de Shippagan, 19-21 juin 2013

2.3. Stratégie de recherche

Pour la recherche, nous avons privilégié deux profils : celui d'un enseignant-chercheur en SIC et celui de *digital natives*. Cette approche bidimensionnelle permet de confronter plusieurs approches et de recouper des éléments. Nous avons privilégié une approche qualitative pour avoir une meilleure compréhension de ce phénomène. Pour mener à bien cette recherche, nous avons mis en place un questionnaire directif¹¹⁵ pour les *digital natives*, pour pouvoir mieux appréhender cette dimension dont ils ne se rendent pas forcément compte. Pour l'enseignant-chercheur, c'est un questionnaire entretien semi-directif qui a été utilisé. Les personnes interrogées sont les suivantes :

- Fabrice Papy – enseignant-chercheur en Sciences de l'Information Communication à l'Université de Lorraine
- Julien B : Étudiant en master 2 Information – Communication à l'Université de Clermont Ferrand
- Lucie C : Étudiante en master Stratégie et Management de la Communication à l'IAE de Poitiers
- Sarah G : Étudiante en master Gestion de Patrimoines Audiovisuels à l'INA

Le choix de ces personnes s'explique par notre acceptation du terme que nous avons choisi pour les qualifier : *digital natives* (Prensky 2001). Expression utilisée par Marc Prensky pour qualifier ses étudiants : « *They have spent their entire lives surrounded by and using computers, videogames, digital music players, video cams, cell phones, and all the other toys and tools of the digital age* » (*ibid.*). Fabrice Papy, enseignant-chercheur de la 71^{ème} section, de par ses fonctions est en contact avec les *digital natives* et il a pu voir leurs pratiques évoluer et il est à même d'analyser celles-ci. Pour les étudiants, ils rentrent dans la description que fait Marc Prensky des *digital natives*. Nous avons choisi des étudiants qui ont des liens avec les SIC, pensant qu'ils auraient une plus grande réflexivité sur leur propre culture de l'information.

Résultats et discussion

¹¹⁵ Les entretiens ainsi que les questions sont disponibles en annexe. Les questions ont pu varier au cours des entretiens successifs, cela a été permis par la flexibilité de l'approche par la théorie ancrée.

3.1. Culture de l'information : Quand la dimension technique est prépondérante

Le positionnement adopté par les personnes interrogées diverge sur un certain nombre de points. Ainsi, la question de la technicité de la culture de l'information oppose notamment l'approche des *digital natives* à celle de l'enseignant-chercheur interrogé. En effet, pour lui, les jeunes sont maintenant « nativement numériques » étant les premiers consommateurs d'informations, d'éléments immatériels, mais une trop grande importance est donnée à l'aspect technique. Nous retrouvons ici le 3^{ème} niveau de compétence de la culture de l'information selon Juanals (2003). La médiation technique, à l'image de ce qu'offre Google (qui correspond au 1^{er} niveau de compétence de la culture de l'information), se traduit alors par une pensée qui se présente sous la forme : « je sais me servir de ... », d'où la notion de *techno-savvy* présentée précédemment. Nous retrouvons cette pensée chez les étudiants interrogés. En effet, ceux-ci ont mis à plusieurs reprises en avant les outils et leur volonté d'être formés à ceux-ci, au risque de se retrouver enfermés. Ils sont conscient de cet effet potentiel à l'image de Julien B qui reconnaît que : « des fois je me fixe un peu trop sur Google, et peut-être qu'il y a des sites de références dont je ne connais même pas l'existence et qui seraient peut-être plus pertinents par rapport à moi, qui seraient de meilleures bases de données pour moi et que je ne connais pas forcément ». Si certains mettent en avant la formation par l'école, Julien B considère par exemple que : « avoir des cours de recherche avec de la pratique ça peut être intéressant », la pratique semble toutefois se cantonner au travail personnel et à l'auto-formation. Ainsi Lucie C met en avant que : « faudrait que je me forme un peu toute seule » et Sarah G qu'elle peut s'améliorer avec le : « développement des recherches peut-être avec le temps ». Nous retrouvons ainsi la notion de *literacy* dont nous avons parlé précédemment, l'apprentissage s'effectue alors aussi bien à l'école qu'à domicile selon l'acceptation d'Olivier Le Deuff (2011).

3.2. L'omniprésence de Google dans les pratiques informationnelles des étudiants interrogés

S'ils savent bien identifier un besoin d'information, l'interpréter, la comprendre, la partie d'identification et d'évaluation reste encore très dépendante de Google et de son algorithme, notamment s'ils pensent avoir l'information dont ils ont besoin quitte à rester dans une approche superficielle. Ainsi Julien B reconnaît : « Je dépasse rarement la première page » et Lucie C : « Je vais surtout lire la description, les premières lignes » [qui sont affichées par Google, ce que l'on nomme les *rich snippets*].

Sarah G, de par sa formation en Information – Documentation se situe quant à elle au 2^{ème} niveau de compétence de la culture de l'information, elle diversifie ses sources et les types de contenus pour répondre au mieux à ses besoins.

L'accent mis sur la technologie est d'autant plus intéressant que ce sont aussi les premières cibles de Google ; ainsi les initiatives répétées de Google pour rassembler ces jeunes technophiles autour de sa marque semblent aller dans le sens de la création d'une « génération Google » (Simonnot, Gallezot, 2009). Les exemples les plus parlants sont le Google Summer of Code, programme réunissant de jeunes développeurs de 18 ans et plus autour d'activités liées à la programmation pendant trois mois, ou encore l'initiative récente de Google qui a décidé de fournir 15 000 ordinateurs Raspberry Pi aux écoliers du Royaume-Uni. Bien que ces initiatives puissent sembler louables, il convient de se poser la question du dessein de la firme de Mountain View et des raisons qui la poussent à réaliser des actions telles que celles-là. À ce moment, nous sommes dans une approche technologique.

Cette notion de « génération Google » se dessine dans les paroles des étudiants interrogés. En effet, ils ont une représentation de Google comme intemporel, le moteur semblant les accompagner depuis le début. Ainsi Lucie C. met en avant que : « depuis tout petit on n'avait que Google et à la limite ça fait que quelques années que j'ai appris qu'il y avait d'autres moteurs de recherche » quand Julien parle de Google comme de « son ami » et met en avant le terme « ancienneté » pour décrire le moteur de recherche. Cela est d'autant plus paradoxal que Google Inc. est une société plus « jeune » (1998) que Yahoo (1995) ou Altavista (1995). Le choix de l'utilisation de Google s'explique alors par l'habitude : « Après c'est une question d'habitude » (Julien B), « Ça c'est l'habitude » (Lucie C) et « Je l'ai utilisé parce que tout le monde l'utilisait. Et après, je pense qu'on s'habitue » (Sarah G), nous retrouvons alors l'approche d'Olivier Le Deuff (2011) quand il parle de « l'attrait et l'usage régulier » des outils numériques et non pas d'une réelle maîtrise de ceux-ci.

L'outil paraît devenir une fin en soi et sans réelle maîtrise des outils, certains *digital natives* ne sont plus que de simples exécutants qui n'opèrent pas une réflexion sur leurs pratiques et les enjeux qui s'y attachent. Il semble donc plus intéressant de former les *digital natives* non pas aux outils et aux logiques, qui sont le plus souvent propriétaires, derrière ceux-ci mais bien à des méthodologies, à des pratiques interopérables et durables qui seront indépendantes des plates-formes.

3.3. La constitution d'un patrimoine informationnel collectif

Le développement d'Internet et l'évolution des pratiques informationnelles des étudiants, et plus largement des *digital natives*, représente une opportunité pour favoriser l'accès à l'information à une frange plus importante de la population. Celui-ci doit alors servir à la création d'un patrimoine immatériel à l'image de ce qui se fait avec Wikipédia, site qui se veut une encyclopédie collaborative qui permet aux citoyens quels que soient leurs parcours et leurs connaissances de participer à la constitution de ce patrimoine. Cette notion de patrimoine est d'autant plus intéressante que Google s'est donné comme mission d' : « organiser les informations à l'échelle mondiale dans le but de les rendre accessibles et utiles à tous »¹¹⁶.

Nous sommes alors face au paradoxe de la constitution d'un patrimoine collectif, qui doit pouvoir être pérennisé et transmis et dans le même temps des logiques et des outils à l'image de Google qui sont volatiles même s'ils paraissent intemporels pour leurs usagers. À ce moment, ce qui compte n'est pas la durabilité de l'information mais bien celle de l'interface qui permet d'y accéder. Nous sommes alors dans une approche qui est que si l'information est accessible via Google alors tant que Google est là, il sera possible de retrouver cette information, sinon cela veut dire qu'elle n'est pas disponible sur le Web et plus largement sur le Internet voire, si nous poussons cette logique jusqu'au bout, qu'elle n'existe pas !

La relation avec l'information a changé pour les plus jeunes. Elle est devenue normale pour eux, ils semblent avoir l'habitude de chercher et de consommer de l'information sur Internet, à l'image des étudiants que nous avons pu questionner. Ainsi l'un des étudiants interrogé, Julien B, n'a pas hésité à affirmer que s'il a un besoin informationnel : « directement reflexe Internet, je passe très rarement par ce qui est BU et tout ça ». Loin de faire le lien entre les informations qu'il peut trouver sur Internet, via « son ami » Google et les informations disponibles dans les ouvrages de la bibliothèque universitaire, Julien B, va se satisfaire des informations qu'il va trouver sur Internet et potentiellement les recouper. Ce quasi reflexe se retrouve aussi chez Sarah G, qui utilise dans un premier temps Google et Wikipédia pour mieux appréhender un sujet qu'elle connaît peu. Elle complète toutefois cette première approche par l'utilisation de bases de données et de sites comme Persée¹¹⁷ et par d'autres types de contenus, notamment multimédias.

L'immatérialité se développe et certains *digital natives*, comme Sarah G, arrivent à appréhender le développement de cette immatérialité. Elle met notamment en avant

¹¹⁶ Objectif que Google s'est fixé, consultable sur <http://www.google.com/about/company/>

¹¹⁷ Portail de revues en sciences humaines et sociale : www.persee.fr

la dématérialisation des supports pour la presse et les médias de manière plus générale. Même si elle a grandi en même temps que cet effet, elle est consciente des transformations qui s'opèrent encore aujourd'hui, ce qui pose la question de la durabilité des supports et même de l'information. Cette évolution suppose une remise en question continue, nécessité intériorisée par Julien B pour qui : « il y a toujours à apprendre ».

Pour Fabrice Papy, nous sommes alors dans : « un nouveau paradigme qui vient enrichir la culture d'aujourd'hui, c'est une nouvelle marche pour laquelle il faut des outils ». Ces outils à l'image de Google, qui est aujourd'hui l'un des plus utilisés pour accéder à l'information et à ce patrimoine informationnel, influencent les pratiques de ceux qui sont désignés par le terme de *digital natives*. Mais ces outils ne sont pas suffisants notamment pour arriver à appréhender le niveau éthique et social de la culture de l'information. Loin de pérenniser la démarche des *digital natives*, ces outils qui peuvent disparaître à n'importe quel moment, sont à même de contribuer à les précariser et les écarter de cette société hyper connectée.

Conclusion

Au travers de cette approche de la culture de l'information des *digital natives* et de la question de la durabilité de l'information, nous avons souhaité revenir sur les pratiques informationnelles des *digital natives* et leurs liens avec Google. La question de la culture de l'information des natifs du numérique à l'ère de l'ubiquité des moteurs de recherche tels que Google est une problématique qui nécessite une réflexion accrue. Nous avons tenu à mettre en avant dans cet écrit des éléments permettant de se questionner et de réfléchir sur la notion de culture de l'information, la recherche d'information sur Google et la perpétuelle évolution du Web afin de d'illustrer la difficulté d'inscrire la culture de l'information dans une démarche pérenne. Dans cette perspective, nous avons souhaité mettre en avant la possibilité d'appréhender la culture de l'information dans sa dimension dynamique. Cette approche est d'autant plus importante aujourd'hui que l'omniprésence des technologies de l'information change le rapport que les individus ont avec leur environnement informationnel. Cette dimension est notamment observable chez les plus jeunes qui évoluent dans un contexte où le numérique est ubiquitaire.

Les résultats que nous avons pu obtenir soulignent, sans permettre une généralisation, que les étudiants interrogés perçoivent leurs propres pratiques de recherche d'information sur le web comme fortement influencées par la galaxie

Google. La dimension technique des pratiques informationnelles est mise en avant, au détriment d'une approche plus méthodologique et plus globale.

Pour prolonger cette première approche, une réflexion est aussi à mener sur l'apparente facilité à trouver de l'information sur les moteurs de recherche, en notamment Google, et la complexité des processus et des logiques qui sous-tendent cette pratique.

Bibliographie

Bennett, S., Maton, K., et Kervin, L. (2008). The 'digital natives' debate: A critical review of the evidence. *British Journal of Educational Technology*. 39.775-786.

Brown C., Murphy Teri J. et Manny M. (2003, novembre). Turning techno-savvy into info- savvy: Authentically integrating information literacy into the College curriculum. *Journal of Academic Librarianship*. 386-398.

Carr, N. (2011). *The shallows: What the Internet is doing to our brains*. WW Norton.

Delengaigne, X., Mongin, P., et Deschamps, C. (2011). *Organisez vos données personnelles: l'essentiel du Personal Knowledge Management*. Paris, Eyrolles

Chaudiron, S., et Ihadjadene, M. (2010) « De la recherche de l'information aux pratiques informationnelles ». *Études de communication*. Disponible en ligne : <http://edc.revues.org/index2257.html>

Deuze, M. (2007). *Media Work*. Londres : Éditions Polity.

Gibson, R. (1997). *Rethinking the Future: Rethinking Business, Principles, Competition, Control & Complexity, Leadership, Markets and the World*. Londres : Nicholas Brealey Publishing.

Glaser, B.G, et Strauss, A. (1967). *The discovery of grounded theory*. Chicago : Adline

Juanals, B. (2003). *La culture de l'information : du livre au numérique*. Paris : Hermès

Kaplan, F. (7 septembre 2011). *Frédéric Kaplan*. Disponible en ligne : <http://fkaplan.wordpress.com/2011/09/07/google-et-le-capitalisme-linguistique> Consulté le 9 mai 2013.

Kaplan, F. (12 avril 2012). *Frédéric Kaplan*. Disponible en ligne : <http://fkaplan.wordpress.com/2012/04/12/nos-langues-a-lheure-du-capitalisme-linguistique>. Consulté le 9 mai 2013.

Le Deuff, O. (2011). *La formation aux cultures numériques. Une nouvelle pédagogie pour une culture de l'information à l'heure du numérique*. Paris : Editions FYP.

Nicholas, D. et al. (2011). Google Generation II: web behaviour experiments with the BBC. *Aslib Proceedings*. 63.28-45.

Paillé, P. (1994). L'analyse par théorisation ancrée. *Cahiers de recherche sociologique*. Disponible en ligne : <http://id.erudit.org/iderudit/1002253ar>

- Prensky, M. (2001, octobre). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, MCB University Press. Disponible en ligne : <http://www.marcprensky.com/writing/prensky%20-%20digital%20natives,%20digital%20immigrants%20-%20part1.pdf>
- Salaün, J-M., et Arsenault, C. (dir.) (2010). *Introduction aux sciences de l'information*. Paris : La Découverte [Coll. Grands Repères].
- Serres, M. (2012). *Petite poucette*. Paris : Le Pommier.
- Serres, A., Duplessis, P., Le Deuff, O. (et al.) (2010). Culture informationnelle et didactique de l'information. *Synthèse des travaux du GRCDI, 2007-2010*. Disponible en ligne : http://halshs.archives-ouvertes.fr/sic_00520098
- Simonnot, B., et Gallezot, G. (2010). *L'entonnoir : Google sous la loupe des Sciences de l'Information et de la Communication*. Paris : Editions C&F.
- Tricot, A., et Comtat, P. (2012, premier trimestre). La recherche d'information comme dialogue. *Les Cahiers du numérique*. 15-38.
- Zurkowski, P. G. (1974). *The information service environment: Relationships and priorities*. National Commission on Libraries and Information Science, National Program for Library and Information Services.

Annexes

1. Entretien avec Lucie C (les questions sont en italique)

Imagine-toi dans une situation où l'on te demande des informations sur une thématique particulière, comme pour faire un exposé ou un dossier pour les cours, comment t'y prends-tu ?

Alors avant, enfin avant cette année, je cherchais surtout que sur Google, je n'utilisais même pas la recherche avancée et je tapais vraiment/je trouvais juste des sites et puis voilà. Là cette année [M1 information-communication] j'utilise un peu plus la recherche avancée, notamment les dates, je cherche le mot jusqu'au mois derniers tout ça. Là avec mon stage j'utilise Netvibes, je rentre les flux RSS sur des thèmes pour faire de la veille pour mon stage et j'utilise ça tous les jours. Juste Netvibes et, avant si j'utilisais Google Reader pour conserver les articles.

Connais-tu les fonctions avancées de recherche ? Les utilises-tu ?

J'utilise surtout la durée de l'information. Si je cherche des actus par exemple je vais chercher des informations jusqu'à la semaine dernière ou des trucs comme ça. J'utilise que ça pour l'instant.

Connais-tu d'autres opérateurs ?

Il y a aussi le type de fichier, enfin non je sais plus, là comme ça ce sont juste les deux que j'utilise le plus souvent.

Une fois que tu tombes sur les résultats Google, comment fais-tu pour sélectionner et évaluer le contenu pertinent pour toi ?

Le titre surtout, sinon après j'veais analyser le site, si c'est plutôt un blog tenu par quelqu'un ou un site sérieux. Je vais surtout lire la description, les premières lignes.

Pourquoi Google et pas un autre moteur de recherche ?

Ça c'est l'habitude je pense, depuis tout petit on avait que Google et à la limite ça fait que quelques années que j'ai appris qu'il y avait d'autres moteurs de recherche. C'est juste une question d'habitude et vu que ça fait pas si longtemps que ça que je commence à voir d'autres sites, du coup pour moi c'est encore beaucoup Google mais je sais qu'il faut aller voir autre chose quoi, mais je le fais pas forcément.

Connais-tu d'autres moteurs de recherche ?

Il y a euh... Trou de mémoire là. Il y en a pleins en plus ! [rires]. Il y a pas tingly ou quelque chose comme ça ? Il y a Yahoo!, euh je sais plus... Là tout de suite c'est tout, Yahoo ! et euh... Je sais qu'il y en a pleins d'autres.

Les autres jeunes sont-ils comme toi ?

Je pense qu'ils connaissent pas beaucoup mais que de plus en plus... Enfin ça dépend ils sont étudiants en quoi, s'ils sont en intelligence économique ou en com' ils vont connaître d'autres choses. Après moi j'ai pleins de copines je suis sûr qu'elles ne connaissent pas non plus. C'est vraiment une question d'habitude, on a toujours utilisé Google.

Si selon toi ce genre de compétences doit être enseigné, comment l'école devrait s'y prendre ?

Bah j'sais pas mettre en place un cours ou... J'pense que y'a déjà des cours qui sont mis en place. Au collège ils ont déjà des ordi donc sûrement qu'il y a des cours d'utilisation de logiciels ou je sais pas quoi. Du coup peut être mettre ça en place au moins au lycée quoi.

As-tu un compte Gmail, Google ? Sais-tu si les résultats sont personnalisés ?

Moi oui personnellement mais du coup pour mon stage je me déconnecte pour pas que ça biaise. Les résultats ne sont pas les mêmes, j'ai fait l'expérience l'autre jour, il y a pas mal de gens qui le savent pas. C'est de l'arnaque entre guillemets, enfin pas vraiment de l'arnaque mais je me comprends.

Qu'entends-tu par cette notion d'arnaque ?

Du coup on a l'impression que c'est tels sites qui arrivent en 1^{ère} page alors qu'au final c'est juste qu'on l'a consulté il y a une semaine. Enfin c'est pas juste. Si les gens le savent encore c'est pas très grave mais c'est quand on le sait pas que ça devient plus gênant.

À titre personnel, penses-tu que tes compétences en recherche d'information soient suffisantes ?

À mon échelle personnelle, ça va, par contre dans mon boulot si je fais un peu de veille faudrait les améliorer.

Comment ferais-tu pour les améliorer ?

Bah je sais pas, peut-être plus de logiciels de veille, parce que là je connais que Netvibes et Google Reader mais je pense qu'il y a des "agrégateurs" mieux. Faudrait que je me forme un peu toute seule, que je lise des trucs sur Internet et que j'essaie de choisir le meilleur outil.

Si je te dis Google, peux-tu me donner 5 mots-clés ?

- a. Recherche
- b. Moteur
- c. Mots-clés
- d. Résultats
- e. Messagerie

Selon toi, les compétences en recherche d'informations sont-elles importantes dans la société actuelle ?

C'est sûr pour les entreprises, n'importe quelle entreprise doit faire de la veille, c'est obligé pour ses concurrents, pour savoir ce qu'on peut proposer... Pour tout c'est essentiel. Après personnellement si nous on s'intéresse à l'actu, à nos domaines oui. Après si les gens s'en foutent vraiment c'est pas non plus hyper utile quoi. En tout cas pour les entreprises, n'importe quelle entreprise dans n'importe quel secteur doit savoir bien rechercher des informations. Pour les individus c'est bien, mais c'est pas non plus essentiel. Après c'est par rapport aux intérêts de chacun, il y a des gens qui vont pas forcément vouloir rechercher trop d'infos, ils s'en foutent, ils s'en foutent quoi.

2. Entretien avec Julien B. (les questions sont en italique)

Imagine-toi dans une situation où l'on te demande des informations sur une thématique particulière, comme pour faire un exposé ou un dossier pour les cours, comment t'y prends-tu?

Heu ba directement reflexe internet, je passe très rarement par ce qui est Bu et tout ça et bien sur mon ami Google. Puis après je fais le tri dans ce que j'ai. Je fais le tri comme je peux avec ce que j'ai. Je dépasse rarement la première page, tout ce qui est Wikipédia j'oublie parce que c'est rarement ... où alors je le prends pour des pistes mais je me fis jamais à Wikipédia. Après j'essaie de voir des sites qui font références avec de bons contenus et de bons retours.

Une fois que tu tombes sur les résultats Google, comment fais-tu pour sélectionner et évaluer le contenu pertinent pour toi ?

Ba ça dépend, voir si déjà eux ont des sources ou si c'est eux qui font la totalité du contenu. J'essaie de voir un peu des fois, aussi avec les commentaires puis pour recouper avec d'autres informations pour vérifier l'exactitude.

Dans le cas où les résultats ne te satisfont pas, affines-tu ta requête ? Si oui comment ?

Heu ba je commence par peu de mots-clés 2-3 en général pour une même recherche, parfois je vais essayer des fois 4-5 combinaisons différentes pour tomber sur plus de résultats. Des fois, c'est les même qui tombent, ils sont peut-être plus pertinent

Connais-tu les fonctions avancées de recherche ? Les utilises-tu ?

Heu, j'en ai entendu un peu parlé mais jamais utilisé. Dans Google, je vais rechercher comment chercher dans Google des pdf.

Pourquoi Google et pas un autre moteur de recherche ?

Heu ba déjà c'est le plus connu et puis du coup aussi par comme ça fait longtemps qu'il exerce, on va dire, il a une base de données importante, le lancement de bing par exemple, j'avais essayé de voir un peu mais c'était très peu de contenu et peu pertinent, peut-être que depuis ça a évolué. Après c'est une question d'habitude. Si un jour, quelque chose dis qu'il y a un nouveau moteur mieux que Google je l'utiliserai, si moi aussi je trouve qu'il est mieux. Après pour l'instant, il y a pas de réels concurrents je pense.

As-tu un compte Gmail, Google ? Sais-tu si les résultats sont personnalisés ?

Oui totalement, surtout en plus j'utilise Chrome, alors c'est encore pire, c'est encore plus personnalisé. Avant, quand j'avais l'option, je fais des +1 sur certaines pages et du coup, c'est celles qui remontaient en premier et du coup même si c'était pas forcément pertinent, comme j'avais aimé la page, elle remontait en premier, c'est un peu gênant ça. Ça me dérange pas, si je veux chercher sur un sujet que j'ai pas forcément envie que ce soit enregistré, soit je vais sur safari que j'utilise aussi soit je passe en mode privé. Mais sinon de manière générale, j'ai pas grand-chose à cacher et que je suis seul à avoir accès à mon ordi ça ne me pose pas de problème.

Si je te dis Google, peux-tu me donner 5 mots-clés ?

- a. Moteur de base
- b. L'ancienneté
- c. Maître du monde ou maître du web
- d. Convivial (Te mets à l'aise pour que tu restes avec lui)
- e. Complet

À titre personnel, penses-tu que tes compétences en recherche d'information soient suffisantes ?

Heu ba non, je pense qu'il y a toujours à apprendre, par exemple, les fonctions de recherche avancées, j'ai jamais utilisé, je connais pas trop. Après, pareil pour mon mémoire, j'essaie de chercher, des fois je me fixe un peu trop sur Google et peut-être qu'il y a des sites références dont je connais même pas l'existence et qui seraient peut-

être plus pertinent par rapport à moi, qui seraient meilleurs bases de données pour moi et que je connais pas forcément

Comment ferais-tu pour les améliorer ?

Heum, bonne question, ba déjà par moi-même, tout seul je peux passer 5-10 minutes de voir ce qui est proposé, à quoi cela peut me servir. Après en restant connecté, notamment via Twitter, en cherchant des comptes, bien spécifiques à ces méthodes de recherche, voir les articles, les pratiques. Des fois, ils proposent des top 10 des pratiques à avoir, lire ce genre d'article par exemple.

Si selon toi ce genre de compétences doit être enseigné, comment l'école devrait s'y prendre ?

Heu ouais, c'est certains, après la manière je sais pas, pour le mémoire, on a eu tout un cours de 1 ou 2 heures pour apprendre à utiliser le site de la BU, la bibliothèque, c'était vraiment pas intéressant du tout, parce que y avait un ppt où elle disait « allez cliquer là, allez là » et nous on testait même pas, on faisait que regarder un ppt pendant 1h30 -2h c'était chiant, en plus tu retiens pas quand tu pratiques pas et comme tu n'es pas forcément passionné par ce que fais la personne, tu n'écoutes pas non plus. Donc ça reste pas, après je pense, ba, c'est la pratique, c'est bête à dire mais peut-être pas le prof dit allez chercher ça et le faire. Si ce genre de chose, un prof donne ce genre d'exercice allez chercher ça c'est bien pour les 6^{ème}. Après pour les post-bac, je sais pas trop mais avoir des connaissances un peu plus poussées sur ce que propose Google et les autres moteurs de recherche, outils de recherche. Cela peut être intéressant parce que tout ce qui est, enfin flux RSS, par exemple, je connais vaguement mais j'ai jamais utilisé. Pas passer 20h dessus mais avoir un cours de recherche avec de la pratique ça peut être intéressant.

3. Entretien avec Sarah Gay

Imagine-toi dans une situation où l'on te demande des informations sur une thématique particulière, comme pour faire un exposé ou un dossier pour les cours, comment t'y prends-tu?

Quand j'ai des dossiers, je vais déjà faire un tour sur Wikipédia et Google si je ne connais pas pour m'imprégner du sujet. Si je connais déjà le sujet, je vais sur Persée ou, comme je suis à l'Ina, j'ai accès à la base InaProMédia où il est possible de trouver les vidéos de l'Ina, qui est dépositaire du dépôt légal, donc j'ai accès à pleins d'information. Je trouve pas mal d'information aussi sur les signets de la BNF. Récemment, j'ai dû travailler sur la reconversion du patrimoine immatériel de Roubaix, j'ai pu trouver des éléments sur les bases ou les archives en ligne de la ville de Roubaix. De par mes expériences, j'ai l'habitude de faire des recherches et pas que

sur Wikipédia. Je vais aussi sur les sites de la radio avec des requêtes par mots-clés pour avoir d'autres documents que papiers (type journaux).

Une fois que tu tombes sur les résultats Google, comment fais-tu pour sélectionner et évaluer le contenu pertinent pour toi ?

Pour la recherche, je ne clique pas sur les premiers liens car je sais qu'ils ont payé pour être là. Je vais sur plusieurs sites, je vais sur des sites, des blogs s'ils font professionnels je vais m'y fier plutôt qu'à un autre. Je fais aussi attention aux détails et aux sources de références plutôt qu'aux particuliers

Dans le cas où les résultats ne te satisfont pas, affines-tu ta requête ? Si oui comment ?

En rajoutant des mots-clés peut-être, je vais plus loin dans les résultats de recherche
Connais-tu les fonctions avancées de recherche ? Les utilises-tu ?

Les fonctions avancées ? Je ne sais pas, je ne crois pas, pas pour les sites en tout cas. Mais je les utilise pour les images, pas pour les sites

Comment te sens-tu par rapport à la personnalisation des résultats sur Google ?

Comment-ça ? Parles-tu des publicités qui sont liées aux recherches, la géolocalisation c'est utile, toutes nos données sont collectées, c'est un grain de sable parmi la dune. Par contre les publicités ça m'énerve

Pourquoi Google et pas un autre moteur de recherche ?

Bonne question, je l'ai utilisé parce que tout le monde l'utilisait. Et après, je pense qu'on s'habitue. Et on peut tout faire depuis la page d'accueil rapidement (Youtube, Gmail, Images, ...) tout est à portée de main, je perdrais du temps si j'en utilisais un autre.

À titre personnel, penses-tu que tes compétences en recherche d'information soient suffisantes ?

Limité par rapport à mes compétences sur des dossiers pointus. Je pense que sur des sujets basics cela ne pose pas de problème mais je suis limitée.

Comment ferais-tu pour les améliorer ?

Ba je sais pas trop, tout évolue tellement avec Internet et Internet même est limité. Développement des recherches peut-être avec le temps.

Si je te dis Google, peux-tu me donner 5 mots-clés ?

- a. Information
- b. Recherche
- c. Mots-clés
- d. Sites
- e. Textes
- f. Internet

Est-ce qu'Internet a changé certaines de tes pratiques ?

Nous, on est la génération qui avons grandi avec ça. Ça modifie, ça bouscule la culture médias, presse, on lit beaucoup sur Internet c'est impressionnant, tout se dématérialise ! Même si nous avons grandi avec, ça change, presse, film ...

4. Entretien avec Fabrice Papy, enseignant-chercheur en Sciences de l'Information – Communication

Sur la question de la culture informationnelle des digital natives et Google, quelle approche avez-vous de cette notion de culture informationnelle dans ce contexte ?

Ici, la culture de l'information renvoie aux problématiques de la technique et de la société. La technique influe certes sur la société, elle est impulsée par des décisions politiques et des enjeux économiques (cf. D.Wolton, *Internet et après ?* Flammarion, 2010). La question est : est-ce la technique qui influence la société ou la société qui influence la technique ?

Aujourd'hui, les jeunes sont nativement « numériques » mais le problème avec le terme de culture, c'est que ce n'est pas seulement une affaire d'ingénierie, (qui renvoie plutôt à des questions de pratiques), il renvoie à des questions de savoirs et à la constitution d'un patrimoine informationnel conçu pour et par l'humanité. On accessoirise la partie technique, en effet, nous sommes dans une société où les domaines de l'information-communication sont valables économiquement parlant (CA, emplois). Nous sommes entrés dans une ère de l'information.

Pour les jeunes, c'est plus une pratique naturelle de la même manière que l'écriture (approche instrumentale au sens de Pierre Rabardel). Il est alors compliqué de définir la culture informationnelle, c'est plus une pratique, un ciment. Avec l'information numérique, la culture informationnelle devient plus technique. Nous avons alors une médiation technique du type « je sais me servir de ... ». Nous pouvons observer une prégnance de la technologie, alors qu'en fait, elle n'est pas si importante, elle est minime par rapport aux phénomènes qui la soutiennent (cf. George Berry, *Pourquoi et Comment le monde devient numérique*, Fayard, 2008). Si l'aspect technique est aussi mis en avant, c'est lié à la marchandisation du secteur, les acteurs vont former, voir formater les utilisateurs. Cet aspect (technique et technologique) est juste un sous ensemble de la culture informationnelle.

Depuis une dizaine d'années, la quantité et qualité des informations disponibles (via les univ ou sur certains sites institutionnels (ex récent data.gouv.fr) a augmenté de manière exponentielle. Les informations ne sont plus réservées à une petite élite (cf. Alvin Toffler, *Les nouveaux pouvoirs*, 1991). Le rapport avec l'information a donc changé. Les étudiants sont notamment impactés par cette diffusion de l'information grâce aux Universités qui offrent un accès privilégié à différentes ressources scientifiques et techniques de qualité (et très fréquemment onéreuses).

Un point important est la notion de *cultural heritage* nous constituons un patrimoine intellectuel, informationnel très important à l'image de Wikipédia auquel les gens peuvent participer, en tant que citoyen, à une mémoire commune, à créer du patrimoine commun (malgré les critiques que nous pouvons faire concernant

Wikipédia, nous pouvons en effet avoir le meilleur comme le pire). Les citoyens sont alors acteurs de la société et contribuent à un patrimoine autogéré, nous sommes tirés vers le haut et participons à la culture informationnelle.

La culture doit être libre, auto portée, elle doit être indépendante des politiques et des entreprises.

Pour reprendre Alex Mucchielli, il y a des informations qui font sens et qui transforme l'individu. Nous sommes dans un nouveau paradigme qui vient enrichir la culture d'aujourd'hui c'est une nouvelle marche pour laquelle il faut des outils. Il y a aussi un capital humain important. Nous sommes face à des changements dans le rapport à l'information. Les plus jeunes sont les premiers concernés car ils sont les premiers consommateurs d'information, leurs activités étant majoritairement liées à l'information, à l'immatériel.

5. Codification et la catégorisation sous forme de cartes heuristiques

Concernant la théorie ancrée, nous réalisé la codification et la catégorisation sous forme de cartes heuristiques, la première étant celle réalisée pour les entretiens avec les étudiants, la deuxième étant celle réalisée pour l'entretien avec Fabrice Papy (voir pages suivantes) :

Carte 1 :

