

## Congrès Online information 2005: la montée en puissance des réseaux sociaux

Hélène Madinier

[helene.madinier@hesge.ch](mailto:helene.madinier@hesge.ch)

<https://orcid.org/0009-0008-3781-8718>

Haute Ecole de Gestion, Genève

Ariane Rezzonico

[ariane.rezzonico@hesge.ch](mailto:ariane.rezzonico@hesge.ch)

Haute Ecole de Gestion, Genève

### Mots-clés

*Blog, Congrès Online Information, Wiki*

Le congrès Online Information 2005, qui s'est tenu du 29 novembre au 1 er décembre, pour sa trentième édition, a rassemblé quelque 775 délégués d'une quarantaine de pays, et plus de 9700 visiteurs autour de 250 exposants.

Comme les années précédentes, plus de 30 conférences et une centaine de séminaires en libre accès (free seminars) en marge de l'exposition ont été organisés.

Donc une assez bonne tenue par rapport à Online 2004 ; même si les éditeurs scientifiques, au niveau de l'exposition sont surreprésentés.

Plusieurs grandes tendances se dégagent:

- l'importance des réseaux sociaux dans l'information, illustrée par la vogue des outils comme les wikis et les blogs, auxquels était consacrée toute une session;
- la démocratisation de la recherche et ses conséquences ;
- la participation des professionnels de l'information à la gestion de l'information dans l'organisation, qui a fait l'objet d'une session entière (track «managing enterprise content») pendant les 3 jours du congrès.

On décrira ici l'évolution des outils de recherche, les wikis et les blogs, et des exemples particulièrement intéressants de gestion de l'information et d'innovation dans des bibliothèques, illustrant la nécessaire évolution des rôles des professionnels de l'information.

Mais tout d'abord, il nous paraît important de rendre compte de la conférence d'ouverture, donnée par David Weinberger, professeur-chercheur associé au centre Berkman d'études sur Internet et la société, centre rattaché à la faculté de droit de Harvard. ([1](#))

Sa conférence, intitulée « the shape of knowledge- everything is miscellaneous » a esquisqué quelques grandes tendances, non sans provocation.

On en citera deux:

- Les gens cherchent par eux-mêmes, ils n'ont plus besoin d'intermédiaires ; les professionnels de l'information doivent décidément abandonner l'idée de servir de filtres. Même si leur façon de rechercher n'est pas toujours adéquate, les travailleurs du savoir trouvent grosso modo ce qu'ils cherchent: « pretty good is good enough ».

S'il est indéniable que les utilisateurs recherchent eux-mêmes l'information, que les experts connaissent les sources fiables, et qu'il faut revoir le rôle de l'intermédiaire en conséquence, n'a-ton pas intérêt ici à aller à contre-courant de cette tendance et à démontrer l'importance de la validation de l'information ? Il y a eu ici des objections de l'assistance, remarquant que l'on ne peut se satisfaire d'informations non validées dans les domaines scientifiques, juridiques etc..., domaines dans lesquels la validation de l'information est parfois vitale...

Cette tendance a parfois été confirmée par plusieurs intervenants qui citaient des utilisateurs pensant que « si l'information n'est pas sur Google, c'est qu'elle n'existe pas ».

- C'est le partage de connaissances qui crée de nouvelles connaissances, c'est via les connexions humaines, l'interaction, favorisées par les nouveaux outils comme les wikis et les blogs. On travaille maintenant de plus en plus selon un mode social, de «peer to peer», de réseaux sociaux.

Cette dernière tendance s'est trouvée dans les faits confirmée par plusieurs conférences :

Que ce soit des réalisations basées sur des blogs et des wikis, des systèmes de gestion de contenu (CMS) et de gestion des connaissances (KM), toutes ces initiatives ont en commun une forte composante communautaire, sociale, et on verra la place que peuvent y trouver des professionnels de l'information.

## 1. Outil de recherche, wikis et blogs

### 1.1. Outils de recherche

Les grands moteurs de recherche, à savoir « The Big4 » (comprenant Yahoo, MSN, Google et Ask), évoluent vers des applications offrant de plus en plus de services personnalisés. Si jusqu'à présent, la taille des index était un critère discriminant dans le choix d'un moteur, on remarque qu'actuellement la concurrence se joue sur la recherche verticale (segmentée par domaine ou par champ), la catégorisation des résultats ou encore l'intégration de contenus. Google multiplie les applications comme Google Base, Google Books, Google Blog Search, etc. Yahoo a développé une version beta d'un outil Yahoo Mindset ([2](#)) qui offre la possibilité d'orienter les résultats selon leur nature commerciale ou non. Cette fonctionnalité (que l'on utilise en positionnant un curseur) permet de choisir ce que l'on souhaite privilégier comme type d'information et les résultats seront issus de sources plus académiques ou institutionnelles. Yahoo propose depuis quelques temps la recherche de podcast dans une version beta ([3](#)). Cette nouvelle application permet de récupérer des fichiers audio ou vidéo et de les télécharger sur son baladeur numérique ou de les consulter directement sur son ordinateur.

Ask ([4](#)) offre de nouvelles possibilités permettant d'étendre ou de restreindre les résultats d'une recherche. Quant à la recherche sur ses propres fichiers (desktop search), tous les grands outils affinent leurs fonctionnalités mais la protection des données n'est pas garantie, particulièrement dans le cas de Google qui garde une copie des fichiers même si ceux-ci ont été effacés sur son ordinateur.

### 1.2. Les wikis

L'apport des wikis dans le monde professionnel est de plus en plus important. Un wiki permet à un groupe un travail collaboratif. Si les wikis se sont révélés très utiles pour publier des guides de voyages, des dictionnaires ou des encyclopédies, leur usage est de plus en plus répandu que ce soit sur un intranet ou sur internet. En gestion de projet, le wiki permet de publier des documents, de les mettre à jour, de les corriger et de conserver toutes les versions antérieures. On peut également utiliser un wiki pour planifier un travail. Le wiki ne nécessite pas d'application coûteuse et complexe et remplace parfois des échanges de courriers électroniques au sein des entreprises. Son utilisation ne requiert pas de compétences particulières de la part des collaborateurs. Toutefois, l'implantation et la mise en œuvre demandent des aptitudes en informatique pour choisir un outil de création et maintenir le fonctionnement du wiki. Si l'on ne veut pas créer son propre serveur on peut utiliser des serveurs externes qui offrent gratuitement ou non les logiciels ainsi que l'hébergement de l'application. Le contenu non structuré du wiki se distingue des pages structurées de l'intranet et il est important de définir clairement les usages propres à chacun.

Quant à Wikipedia, le wiki le plus connu, son créateur Jimmy Wales a présenté son fonctionnement et la manière dont sont assurées la gouvernance et la vérification du contenu des articles. Selon Jimmy Wales, la gouvernance de Wikipedia est « un mélange de

consensus, de démocratie, d'aristocratie et de monarchie ». Beaucoup de rédacteurs sont étudiants et un nouveau sujet est vérifié à travers le « Google Test ». Ce test effectué sur Google permet de vérifier l'existence d'un thème. S'il n'y a pas de réponse, les experts considèrent que le sujet ne doit pas figurer dans l'encyclopédie .

### 1.3. Les blogs et la blogosphère

Cette année, une session entière leur était consacrée et des expériences originales ont été présentées tant dans l'enseignement supérieur, dans les entreprises ou dans les medias. La simplicité pour le mettre en œuvre, la création de communautés, la visibilité et le partage d'information sont les points forts des blogs. L'accroissement du nombre de blogs va se poursuivre et Technorati ([5](#)) (outil de recherche et de création) offre l'accès à plus de 25 millions de blogs.

Le quotidien anglais « The Guardian » propose une quarantaine de blogs à ses lecteurs. Il est certain que l'usage des blogs leur a permis de mieux présenter des informations par l'ajout de photos, de vidéos, de podcast, etc. Les lecteurs sont invités à participer à ces blogs en insérant leurs commentaires ou en partageant des analyses d'événements avec les journalistes. Tous les domaines couverts par le Guardian sont représentés : les sports, les jeux, les actualités, la culture, la politique, etc. Les quarante blogs du Guardian ont déjà généré plus de 85000 commentaires. Les lecteurs ont également la possibilité de réagir entre eux à des informations trouvées sur les blogs. On retrouve dans ces usages la notion de réseau social qui est le point fort de ces nouvelles applications. L'introduction des blogs a aidé le Guardian à mieux restituer des informations et à créer un véritable contenu multimédia.

Une autre illustration de l'usage des blogs a été présentée par l'entreprise IBM. IBM a choisi d'utiliser le blog comme moyen de communication avec ses collaborateurs et ses clients. Tout collaborateur peut animer son blog pour autant qu'il ne divulgue pas d'informations confidentielles ou nuisant à l'entreprise. IBM a mis en place des procédures destinées à accompagner la création des blogs. Ceux-ci peuvent être professionnels ou non. Certains blogs d'IBM ont une orientation marketing permettant aux consommateurs de s'informer sur les produits et de les commenter. D'autres blogs sont internes à l'entreprise et permettent l'échange d'information entre experts. Ils sont utilisés comme outil de Knowledge Management. Des développeurs partagent leurs recherches et la collaboration entre équipes s'en trouve renforcée. IBM recense environ 12000 blogueurs dans plus de 70 pays. Que ce soit en gestion de projet, en veille ou en KM, la simplicité de gestion du blog liée à la possibilité d'archiver les informations publiées, voire d'en syndiquer une partie offre aux collaborateurs des entreprises une source d'information inépuisable.

## 2. La gestion de l'information dans les organisations

Plusieurs expériences de gestion d'information dans les organisations ont été relatées.

Les noms de ces réalisations sont bien sûr tous différents mais il est frappant de constater que la démarche ainsi que les facteurs de succès et d'échec et les enseignements à en tirer sont souvent très proches. Ici encore, on constate l'importance des réseaux sociaux.

Certaines réalisations sont basées sur des portails. Dans tous les cas, il s'agit de mieux gérer les informations internes ou externes.

Il y a autant de spécialistes de portails que de définitions précises (6), mais on peut cependant considérer qu'un portail est un cadre supportant des sites Intranet, Internet, et Extranet; il intègre des applications et des processus à l'intérieur et au-delà des frontières de l'organisation.

On rendra compte des quatre exemples suivants (7) :

1. Le choix d'un système de gestion du contenu (CMS) à l'Université de Reading, au Royaume-Uni
2. La mise en œuvre d'un portail à l'université d'Utrecht, aux Pays-Bas
3. La reconception du portail de gestion de contenu à TDC cable TV, au Danemark
4. La mise en œuvre d'un système de gestion des connaissances à Swiss Re, Zurich

1. L'équipe de projet de l'Université de Reading devait convaincre la direction de choisir un CMS, d'élaborer l'appel d'offres et de procéder à sa mise en œuvre, sachant que coexistaient des centaines de contributeurs en interne avec des compétences techniques variables, un grand nombre de sites Web: plus de 64 000 pages de contenu et plus de 80 serveurs Web, le tout sans coordination centrale, ni stratégie de contenu.

La mise en œuvre du nouvel outil s'est accompagnée de la rédaction de guides de réutilisation du contenu et de guides de style de contenu à l'intention des différents contributeurs.

Une grande part de succès réside dans la «politique»: la nécessité de communiquer, de recueillir l'adhésion, de convaincre les sceptiques. Pour cela, il faut créer des comités avec des experts internes, recruter des consultants, faire des liens avec la stratégie d'entreprise, et faire un audit des contenus.

Il est aussi utile de choisir un site-pilote (ici le site de recrutement pour étudiants postgrades), permettant de tester la technologie, le personnel et les processus.

Dans l'appel d'offres, il est essentiel de ne pas trop détailler, de donner des scénarios d'utilisation du système, et d'indiquer clairement les exigences essentielles.

Pour le choix, il faut définir des critères pondérés de technologies, d'usage, et de processus, et demander des démonstrations des scénarios.

Même si cette présentation était davantage axée sur la façon de choisir, elle insistait néanmoins sur:

- l'accompagnement nécessaire de ces choix, en amont et en aval, permettant d'aboutir à terme à une réelle coordination de l'information externe.
- L'importance de réaliser ce travail en équipe: en l'occurrence il était mené par le service de la communication, avec contribution des systèmes d'information, de la bibliothèque, et des représentants des étudiants.

2. la mise en œuvre d'un portail à l'université d'Utrecht, aux Pays-Bas devait permettre d'avoir accès à l'Intranet, à toutes les ressources électroniques de l'université, à la messagerie et aux applications de gestion, au travers un seul cadre et une seule authentification (single sign-on). Ce dernier aspect n'est pas encore mis en œuvre, de même que l'intégration d'applications trop différentes. Il faut noter qu'il a fallu convaincre tous les départements de son utilité.

Enseignements tirés par l'équipe de projet :

- Un portail a besoin d'une application à très forte valeur ajoutée (killer application) pour justifier les coûts; à Utrecht, cela a été le cas pour l'accès aux ressources offertes par la bibliothèque,
- Le fait que les divers utilisateurs ou groupes d'utilisateurs puissent personnaliser leurs accès, et notamment les intranets de communautés, facilement modulables, est un facteur de succès décisif.

3. La chaîne câblée danoise TDC a fait une première expérience de portail malheureuse, dont elle a tiré les enseignements.

Elle avait choisi un CMS pas encore mûr technologiquement, le projet était mené par le service informatique, qui communiquait peu.

La solution n'a pas correspondu aux attentes. Le projet a donc été re-ciblé, en l'ancrant beaucoup plus sur les besoins des utilisateurs, en communiquant mieux et en élargissant l'équipe éditoriale.

Leur mot d'ordre: « Penser grand mais commencer petit »

4. Enfin, Swiss Re, une grande compagnie de réassurance basée à Zurich compte environ 9000 employés répartis sur une trentaine de localisations dans le monde, et a mis en place un projet de KM visant à gérer la surcharge informationnelle.

L'équipe de projet a recueilli les besoins et les a agrégés sous différents axes: par sujet, par fonction, organisationnel et géographique, puis a créé deux plateformes :

- Les réseaux de connaissances ou knowledge networks, qui comportent des bases de données, des actualités utiles à l'organisation, des outils de gestion de contenu et visent à créer et échanger des connaissances sur des sujets stratégiques et constituent ainsi des réseaux d'experts dans toute l'organisation;
- Les pages de communautés, qui offrent également des bases de données et des actualités, mais aussi des accès à des informations et applications internes; ces pages présentent l'intérêt d'être gérées par les communautés spécifiques, qui décident elles-mêmes ce qu'elles souhaitent traiter; ce sont des plateformes self-service, prêtes à l'emploi (portlets: mini-portails pré-définis), et qui forment des intranets de communautés.

Parmi les facteurs de succès :

- le soutien du top management et la forte implication des knowledge managers
- l'importance des sujets qui doivent relever des tâches quotidiennes

On peut identifier des points récurrents au travers ces 4 exemples :

- la nécessité de communiquer sans cesse pour réussir (les 3 premiers projets);
- la coordination des communautés d'utilisateurs: on rejoint ici ce qui était annoncé comme une tendance forte en conférence d'ouverture: les utilisateurs savent chercher eux-mêmes, mais ils ont besoin d'outils spécifiques, de taxonomies, de coordination,

(cf les 2 derniers projets). C'est un rôle qui peut être assumé par des professionnels de l'information.

### 3. L'évolution du rôle des professionnels de l'information: «Des collections aux connexions»

Plusieurs communications et ateliers portaient (comme souvent à Online) sur la nécessaire évolution du rôle du professionnel de l'information, mais un récit d'expérience est apparu comme exemplaire: la transformation du rôle des bibliothèques des Nations Unies à New York (8).

Exemplaire dans le processus de changement, et exemplaire du rôle d'animation souligné plus haut.

Linda Stoddart, responsable de la bibliothèque centrale des Nations Unies (Dag Hammarskjöld Library) et du groupe de travail «knowledge sharing» a tout d'abord expliqué que la bibliothèque était en quelque sorte acculée au changement : les départs n'étaient plus remplacés, les budgets coupés, et ses services de moins en moins utilisés.

Bref, c'était changer ou disparaître.

En 2004, une nouvelle structure a été mise en place avec un groupe de travail de knowledge sharing, lançant une série d'initiatives qui ont transformé peu à peu les bibliothèques, qui d'une approche orientée processus ont développé une approche orientée conseil et coaching.

Ses objectifs :

- encourager le partage des connaissances en créant des réseaux entre les collaborateurs
- fournir un support personnalisé

Son mot d'ordre: «From collections to connections».

Il s'agit donc de passer d'un modèle de constitution de collections à un modèle de service, de connexion: connexions entre les documents et les utilisateurs, entre les documents et les fonctions, et entre les utilisateurs eux-mêmes.

Ce changement a pu s'opérer en élaborant une stratégie, en la communiquant aussi bien en direction du personnel que de la hiérarchie, en utilisant un petit groupe d'agents du changement et en formant intensivement les collaborateurs des bibliothèques. Il s'est concrétisé dans de nouvelles activités :

- la responsabilité de l'Intranet général des Nations Unies, confiée à la bibliothèque par le Secrétaire Général adjoint
- le PKM ou Personal Knowledge management: c'est un support personnalisé aux utilisateurs: grâce à leurs connaissances des outils technologiques et des sources d'information, des collaborateurs des bibliothèques ont développé une activité de conseil et de coach auprès de l'ensemble des collaborateurs, menée en coordination avec le service des systèmes d'information.

Cela n'a certes pas été sans mal dans une institution aussi bureaucratique que l'ONU: la culture centralisée, hiérarchique, la lourdeur des procédures et la résistance au changement

ont constitué de réels obstacles. En ce sens, la communication de messages positifs, la promotion de la nouvelle image, des nouvelles activités, et la mise en valeur des succès ont contribué à vaincre ces résistances.

Mais depuis deux ans, les bibliothèques de l'ONU ont beaucoup gagné en visibilité et elles ont désormais une meilleure image dans l'organisation.

Les professionnels de l'information assument ici des rôles de consultants, d'interprètes, d'animateurs de réseaux, rôles qui favorisent le partage des connaissances et l'apprentissage organisationnel.

## NOTES

- (1) [http://cyber.law.harvard.edu/home/david\\_weinberger](http://cyber.law.harvard.edu/home/david_weinberger)
- (2) <http://mindset.research.yahoo.com/>
- (3) <http://podcasts.yahoo.com/>
- (4) <http://www.ask.com>
- (5) ><http://www.technorati.com/>
- (6) Cf présentation de Janus Boye du 1.12.2005: Portals: from idea to reality - the dangers of the current state of portals in the marketplace, cf programme 2005 <http://www.online-information.co.uk/ol05/conferenceprogramme.html>
- (7) <http://www.online-information.co.uk/ol05/conferenceprogramme.html>
- (8) « Innovation and change: transforming United Nations libraries », cf programme 2005 <http://www.online-information.co.uk/ol05/conferenceprogramme.html>