UFR SHA

Mention *Information-Communication*
Spécialité Documentation

Année universitaire 2014-2015

Écosystème Google et représentations sociales : quelles influences sur les pratiques documentaires ?

Mémoire pour l'obtention du Master esDOC

Présenté par

Carl-Eric Lomer

Le [date de soutenance]

Sous la direction de

Monsieur David Guillemin
Université de Poitiers

UFR SHA

Mention *Information-Communication*
Spécialité Documentation

Année universitaire 2014-2015

Ecosystème Google et représentations sociales : quelles influences sur les pratiques documentaires

Mémoire pour l'obtention du Master esDOC

Présenté par

Carl-Eric Lomer

Le [date de soutenance]

Sous la direction de

Monsieur David Guillemin
Université de Poitiers

Remerciements

Mes remerciements vont en premier lieu à M. David Guillemin ayant patiemment pris en charge la direction de ce mémoire.

Je tiens également à remercier M. Sébastien Brunet ainsi que Mme. Laëtitia Cordeau pour m'avoir offert l'opportunité d'évoluer en milieu professionnel pendant plus de quatre mois au sein de la DIDFP et du pôle Terminologue d Canopé – Chasseneuil.

Bien évidemment, pareil traitement est aussi appliqué aux huit professionnels documentalistes m'ayant consacré leur temps et leur investissement dans le cadre de l'expérimentation.

Une reconnaissance particulière est adressée à l'ensemble des trois représentants du Master EsDOC, avant tout pour m'avoir ouvert à une formation déterminante dans la suite de mes entreprises, permettant d'effectuer un virage radical vers de plus épanouissantes perspectives ; en second lieu pour le prêt de matériel sans lequel l'expérimentation n'aurait pas été facilitée.

Dans ce cadre d'annonce, un point particulier est à apporter aux membres de notre promotion, ayant favorisé de riches rencontres et échanges et ce à chaque année.

Enfin, mes pensées les plus profondes vont à mes proches, quel que soit le contexte.

Résumé

La société *Google* se caractérise par son rôle majeur dans le recueil, le traitement, et la mise à disposition de l'information. La prégnance de ses services sur le web et plus globalement sur les pratiques d'une très grande part de la population induit une nécessaire considération de l'objet que représente cette écosystème fermé et néanmoins privilégié. Cette ancrage dans les habitudes du quotidien, professionnelles ou non, soulève de notables problématiques au vu de son impact sur les pratiques informationnelles en regard de la réalité avérée d'un accès différencié à l'information par ce medium. Les professionnels de l'information communication s'appropriant ces problématiques, en ont alors développé une représentation sociale, basée sur une double réalité, objectivée et subjectivée. L'objet de la présente étude est alors de savoir si ces représentations influent réellement ou non sur les usages qui sont faits des services de cet écosystème, usages déterminant leurs pratiques, ici documentaires pouvant alors s'en retrouver impactées voire modifiées.

Mots clés : « Google » – « Représentation sociale » – « pratique documentaire » – « pratique informationnelle » – « professionnel de l'information documentation »

Google Inc. is well known for its major participation in data collection, relevant treatment and consequent digital access given to a large scale of information. Due to a barely exclusivity among web users, Google services involve a necessary consideration of that interlocked ecosystem, nevertheless adopted. This deep taking root into professionnal or private routines highlights several problematics, considered to its weight on informational retrieval regardless to a concrete differentiation of information access between users, by this medium that is. Those problematics are well appropriated by information professionals as far as they currently have developed social representations based on two combined reality : objectived and subjectived ones. Consequently, the aim of this study is then to determinate if those representations play an effective role on the uses of those Google ecosystem services. As well as those uses are directly involved on their documentary-making practices construction, this kind of practices can then be impacted or even modified.

Key Words : *« Google » – « social representations » – « documentary-making practices » – « information retrieval » – « information professionals »*

Sommaire

Introduction....8

I Approche de l'écosystème Google : principes, enjeux, représentations....11
I.1 Naissance et démocratisation de l'écosystème de service Google....11
I.1.1 Constitution de l'écosystème....11
I.1.2 Modalités d'ancrage dans les pratiques....13
I.2 « Organiser toute l'information du monde » : problématiques....15
I.2.1 Recueil d'information....15
I.2.2 Traitement, restitution et mise à disposition de l'information....16
I.2.3 Quand Google appelle Google : problématiques du système fermé....17
I.3 Représentations des opinions des professionnels de l'information communication....19
I.3.1 Opinions positives....19
I.3.2 Relativisme de l'irrémédiable et de la critique....20
I.3.3 Entre appréhension et dénonciation : expressions d'imaginaire collectif....21
Problématisation....22

II Démarche de recherche....23
II.1 Approche du sujet....23
II.1.1 Concepts clés mobilisés....23
II.1.2 Formulation des hypothèses....26
II.2 Méthodologie : phase théorique....29
II.2.1 Nature des informations à recueillir....29
II.2.2 Choix des dispositifs de recueil de données....30
II.2.3 Choix de la population enquêtée....33
II.3 Méthodologie : Recueil d'information....35
II.3.1 Questionnaire....35
II.3.2 Formes d'entretien....36
II.3.3 Grille d'entretien....38
II.3.4 Conduite d'entretiens....40

III Analyse de la relation usage / représentation....43
III.1 Appropriation de l'écosystème et fondements de réalité objectivée....43
III.1.1 Typologie des usages, tendances, profils d'utilisateurs....43
III.1.2 Degré et processus d'acquisitions des connaissances....52
III.2 Analyse des représentations subjectivées....57
III.2.1Corpus de perceptions....57
III.2.2 Analyse de l'exposition et de l'impact des représentations collectives....60
III.3 Répercussions des représentations sur les pratiques documentaires....64
III.3.1 Influence de la perception sur les comportements d'usagers....64
III.3.2 De la primauté de la simplicité aux modifications de pratiques....66

Conclusion....71

Bibliographie....74

Annexes....79

Introduction

6091.

Cela correspond au nombre minimum de sources disponibles en lignes publiées en une seule journée au sein desquelles l'occurrence *Google* est avérée[1]. Rapports d'informations objectifs ou subjectifs, témoignages de fascination, ou expressions d'appréhension, le paysage des médias et du web se retrouve marqué par l'empreinte persistante de la société au logo sensiblement changeant mais toujours inséré dans « l'image la plus visible du monde »[2]. Il est indéniable que l'exposition aux activités diverses de la société *Google* ou à ses échos est incontournable, qu'elle soit active ou passive : web, vidéo, radio, presse, littérature, cinéma, appareillage, santé, voyage, droit, moyens de locomotion ou même vêtements, la multiplication des canaux volontaires ou non d'exploitation ou de confrontation à ses services amoindrit de plus en plus la possibilité de ne pas les prendre en compte, motivant usage ou non usage. La prégnance de *Google* dans le quotidien en fait un phénomène relativement intéressant à considérer : son moteur de recherche à lui seul représente la porte d'entrée privilégiée vers l'information de l'ensemble de la population européenne, à près de 90 % des cas[3].

L'information représente l'élément clé du système *Google*, qu'il exploite traite et dont il en propose l'accès par un dispositif s'avérant faire l'objet d'une prescription sociale ou tout du moins d'une préconisation rapportant une évidence : si une information doit être cherchée, « Google est ton ami »[4]. Un tel ancrage dans les pratiques informationnelles révèle alors un sujet d'analyse approprié si ce n'est important dans le domaine des sciences de l'information communication. Cet ancrage initié par l'exploitation privilégiée du moteur de recherche se

1 Information obtenue par le recours à une requête de l'agrégateur de contenus *Factiva* à la date du 10 septembre 2015, sur le simple mot clé Google. Une large part des sources non prises en compte par cet outil du fait de l'absence d'abonnements induit la considération d'un chiffre qualifié de minimum, ne rendant donc que partiellement une réalité encore plus grande.

2 ARASZKIEWEZ, Jacques. *Le grand avaleur*, 2009 issu de l'ouvrage *L'entonnoir : Google sous la loupe des sciences de l'information communication*, 2009

3 Fiche d'information du 15 avril 2015 de la Commission Européenne sur la situation estimée d'abus de position dominante de *Google* dans le domaine des services de comparaison de prix. http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-4780_fr.htm

4 Notable dans l'émission radiophonique du 17 juillet 2015, *Le geek de A à Zeid : Google est ton ami*, France Info

prolonge dans le développement d'un écosystème fermé et interconnecté de services voulus comme les plus appropriés à toutes les attentes de l'utilisateur[5]. Si l'usage et la place du moteur par différents profils d'utilisateurs – y compris ceux de la communauté des professionnels de l'information communication – a été étudiée, l'analyse de l'écosystème pris dans sa conception globale ou même circonscrite l'est encore peu[6]. Or il ne semble pas impertinent de penser qu'au vu de la prégnance de ces services auprès de la population, toutes pratiques confondues, ce type de professionnel puisse lui aussi y être sujet. Néanmoins, sur les considérations d'accès à l'information, d'économie de l'attention et de l'information, son expertise est susceptible de lui faire prendre conscience d'enjeux problématiques[7]. Cette prise de conscience objectivée ou fruit d'une réification, induit dans tous les cas la construction d'une représentation à l'égard du moteur de recherche, de son intégration dans l'écosystème de service et des principes lui étant propres, et donc indubitablement de la société *Google* qui en est l'auteure. Il convient alors de questionner l'insertion d'usage de ces services dans les pratiques professionnelles et surtout documentaires de cette communauté sensibilisée sur ces problématiques, et ce en regard des représentations qui en sont alors nourries. De l'interrogation de l'impact de ces représentations sur les pratiques peut alors éventuellement ressortir une sensible modification de ces dernières qu'il conviendrait de traiter.

Une telle analyse induit la mise en place d'un dispositif d'expérimentation se composant d'un recueil d'information auprès d'un échantillon de cette population de professionnels afin de mettre en évidence leur considération de cet écosystème de service *Google* – usages ou non usages – tout en faisant ressortir des éléments permettant de définir leurs représentations générées à son égard. De la mise en évidence de cohérence ou de dissociation entre pratiques et opinions, peut alors être définie la relation et l'influence ou non des

---

5 Cf. discours de présentation des produits *Google* https://www.google.fr/intl/fr/about/company/products/

6 SIMONNOT, Brigitte. *De l'usage des moteurs de recherche par les étudiants*, 2009
CORDIER, Anne. *Imaginaires, représentations, pratiques formelles et non formelles de la recherche d'information sur Internet: Le cas d'élèves de 6ème et de professeurs documentalistes*, 2011
PERRIN, Olivier. *Des énigmes de la recherche d'information : contribution à l'analyse du couple question-réponse dans le processus d'échec documentaire chez les professionnels de l'information,* 2013
DIOUMA DIALLO, Mamadou, PELISSIER, Nicolas. *Les sources cachées du journalisme : étude du rôle des moteurs de recherche dans l'approvisionnement des entreprises de presse.* 2009

7 CARDON, Dominique. *Dans l'esprit du PageRank*, 2013. Il y met en évidence des professionnels s'alarmant sur les « usages commerciaux des fichiers, des menaces sur la vie privée, de la dictature de l'hypervisibilité ou de la colonisation du monde vécu par un esprit de calcul et d'évaluation » mais aussi sur le basculement d'un principe d'autorité vers celui de popularité dans les modes de calculs de réponses du moteur éloignant alors ces dernières d'une proposition basée sur la scientométrie, donc d'une pertinence reconnue.

représentations sur les usages inscrits dans leurs pratiques professionnelles, et conséquemment des répercussions occasionnées sur ces dernières.

Pour ce faire, il convient dans un premier temps de favoriser une appropriation globale du sujet et de poser les bases caractéristiques de l'écosystème de service *Google*, de ses principes mais également des enjeux leurs étant inhérents, et de la perception globale de ces derniers par la communauté professionnelle de l'information communication. Puis est envisagée une définition du cadre d'expérimentation par la mise en jeu d'un ensemble d'hypothèses à éprouver afin de répondre au questionnement initial, et ce déterminant la construction d'une méthodologie précise. Cette méthodologie ouvre alors sur un recueil de données favorisant en dernier point leur analyse sur la relation représentation / usage et ses répercussions sur les pratiques documentaires de l'échantillon.

Première partie

I Approche de l'écosystème[8] Google : principes, enjeux, représentations

Afin de définir l'objet d'analyse que cet ensemble de services représente dans la présente étude, il convient d'en poser les bases caractéristiques à l'origine de sa création et de son gain croissant de popularité jusqu'à en devenir l'une des offres la plus exploitée du web. Une fois déterminée, leur analyse permet de révéler les éventuelles problématiques inhérentes aux particularités de cet écosystème. De ces faits et leur constatation sont inévitablement engendrées

I.1 Naissance et démocratisation de l'écosystème de service Google

I.1.1 Constitution de l'écosystème

Du moteur de recherche au modèle économique

Partant de l'élaboration d'une première version du moteur de recherche en 1998, ses concepteurs et fondateurs de la société *Google* ont su s'imposer sur le web par la complémentarité d'une proposition de services avec un modèle économique probant. Ce dernier est avant tout basé sur les principes et prises en compte d'économie de l'attention et de « base de données des intentions »[9]. Cette dernière, pour résumer, stocke sur les serveurs de la société l'ensemble des requêtes posées au moteur, mots-clés, par qui, quand, depuis où, etc. Elle représente dans la théorie une base de données d'une valeur commerciale considérable car décrivant dans ce cas ci les intentions à un moment donné des utilisateurs de l'outil. De fait, dans le cadre de marketing en ligne et du e-commerce, cette base de données des questions est finalement plus importante que les réponses elles-mêmes : elle

8 Dans le présent document, sauf mention particulière, l'expression « écosystème *Google* » désigne l'écosystème de services, non l'écosystème entrepreneurial.

9 BATTELLE, John. *La révolution Google : comment les moteurs de recherche ont réinventé notre économie et notre culture,* 2006

affiche les sujets d'intérêt du moment, alors exploités par le biais publicitaire au moyen du binôme *Adwords – Adsense*[10].

En 2001, l'entreprise réalise alors un chiffre d'affaires de 86 millions de dollars et employait 284 salariés, avant d'entrer en bourse trois ans plus tard en 2004. En 2011, son chiffre d'affaires se monte à 37,905 milliards de dollars et ses effectifs sont de 32 467 salariés. Si le premier service proposé aux utilisateurs est le moteur de recherche, de nombreux autres services et fonctionnalités se sont greffés au service d'origine, notamment pour permettre d'augmenter et de monétiser le trafic d'utilisateurs de sorte qu'en 2012, l'entreprise offrait plus de 150 produits et services[11]. C'est donc en premier lieu de l'exploitation de ce modèle économique que tient l'établissement de cet écosystème de services.

Diversification dans l'offre de services et l'offre matérielle

« Les produits que nous proposons aujourd'hui vont bien au-delà de la recherche (…). [L']objectif est de faciliter autant que possible la recherche des informations dont vous avez besoin et les tâches que vous devez accomplir »[12]. C'est ici une autre manière que la société emploie pour expliquer cette grande diversification d'offre de services d'une part, mais également de matériels, dispositifs nomades, *gears* ou équipements connectés etc. Cette diversification de l'offre exploite également conjointement ou non, tant l'information que l'innovation technologique. Sous une approche socio technique, l'innovation « ne connaît le succès que tous ses actants sont enrôlés, c'est à dire que les intérêts de chacun se trouvent pris en compte par les innovateurs »[13]. Trouver les intérêts de chacun afin d'augmenter les opportunités de mise en application du modèle économique présenté précédemment induit donc une multiplication des domaines d'utilisation, générant par la même occasion de nouveaux stocks d'informations à recueillir. Réseaux sociaux, loisirs et travail, recherche spécialisée, repérage géographique et voyage, médias, mobiles, web, bien que non exhaustif et non révélateur de l'intégralité des domaines sur lesquelles la société *Google* développe

10 Cf. https://www.google.fr/adwords/ , https://www.google.com/adsense/www/fr/tour/

11 FERRARY, Michel. Écosystème intrapreneurial et innovation : le cas Google, *Revue française de gestion,* 2013/4 N° 233, p. 107-122.

12 Cf. Présentation des produits *Google* faite par la société sur leur site francophone. https://www.google.fr/intl/fr/about/company/products/

13 DUMAS, Philippe, DUVERNAY, Daphné. L*e googling, un branchement sur l'imaginaire de l'internet*. 2009, sur une réappropriation de réflexion de Patrice Flichy dans *L'imaginaire d'internet*. Tiré de l'ouvrage *L'entonnoir : Google sous la loupe des sciences de l'information communication*, 2009

des projets, ce sont néanmoins les premiers axes de diversification entrepris. A titre indicatif, voici les illustrations de cette initiative, de 2005 à 2010[14] :

- secteur du mobile (ex : *Android* en aout 2005)
- secteur des services en ligne (ex : *Writely* en mars 2006)
- secteur des médias sociaux (ex : *Youtube* en octobre 2006)
- secteur de la publicité (ex : *Doubleclick* en avril 2007 et *Admob* en novembre 2009)
- secteur de la recherche et de l'analyse de l'information (*metaweb* en juillet 2010)
- secteur du voyage (ex : *ITA software* en juillet 2010)

Bien que diversifiés, tous les services n'en sont pas moins pour l'ensemble étroitement interconnectés, un compte Google fédérant par exemple et non exhaustivement, *Drive, Youtube, Maps, Gmail, Google+*, et modifiant les résultats de recherches conséquemment en incluant par exemple des résultats renvoyant à des publications par des membres de cercles du réseau social venant d'être mentionné. Cette interconnexion de services associées à leur diversification en vue de répondre à toutes les attentes de l'utilisateur forme alors un écosystème fermé favorisant une familiarisation accrue avec ce dernier, induisant un ancrage dans les pratiques.

I.1.2 Modalités d'ancrage dans les pratiques

La société Google présente sa conception du « moteur de recherche idéal (…) [comme quelque chose qui] comprend exactement ce que vous voulez dire et vous fournit exactement ce que vous voulez »[15]. Proposer un outil avec de telles finalités ne laisse entrapercevoir qu'une utilisation en toute logique exclusive du moteur. S'en approcher au regard d'une satisfaction d'utilisateur s'illustrant par une utilisation majoritairement répandue est un premier pas largement entamé dans cette direction, qu'importe si les finalités sont réellement effectives ou non. A l'évaluation de la situation par la Commission Européenne, « Google occupe une position dominante sur le marché de la prestation de services de recherche générale en ligne dans tout l'EEE, sa part de marché excédant 90 % dans la plupart des pays de l'EEE »[16].

---

14 GUILLEMIN, David. *Google : vers l'infini et au delà*, 2013

15 Affirmation de Lawrence Page, co créateur de la société *Google,* sur la page de présentation des produits *Google* Cf. https://www.google.fr/intl/fr/about/company/products/

16 Fiche d'information du 15 avril 2015 de la Commission Européenne sur la situation estimée d'abus de position dominante de *Google* dans le domaine des services de comparaison de prix. http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-4780_fr.htm

Ces constats sont le reflet d'une stratégie de fidélisation progressive de l'utilisateur à travers la constitution d'un écosystème complet – plus large cette fois ci que le spectre des seuls services – ne relevant que de la société *Google* seule : serveurs, services, logiciels, machines, infrastructures. L'exploitation naturelle du web par ses usagers est alors difficilement dissociable de celle de ses services, au point qu'envisager l'expression de paradigme *Google* ne défierait nullement toute logique : l'impact de *Google* dans le quotidien s'illustre même dans l'apparition de l'utilisation du nom de la société associé au moteur de recherche comme verbe : *to google, « google it ! ».* Si une marque devenant un nom commun est analysée par les sociologues des usages comme un « bien devenu une nécessité pour la masse des citoyens consommateurs », une marque se conjuguant comme un verbe ne renvoie alors plus « à cette mise en commun de la marque,mais à son entrée dans le comportement des individus comme constituant de leur potentiel d'action »[17].

Cet ancrage dans les pratiques quotidiennes est alors avéré à travers de nombreuses études, portant sur toute une variété de populations allant notamment des étudiants, aux élèves du secondaire, professeurs documentalistes ou plus généralement professionnels de l'information, journalistes etc. renvoyant aux estimations de la Commission Européenne citées précédemment[18].

Outre la mise à disposition du plus grand nombre de ressources recensées, la recherche de simplicité et l'ancrage du recours systématique au moteur dans les pratiques a alors pour but d'éviter à l'internaute le choix de différents points d'accès de l'information, première étape légitimant ou tout du moins rendant pertinente la volonté d'o »rganiser toute l'information du monde »[19] .

---

17 DUMAS, Philippe, DUVERNAY, Daphné. Op. Cit.

18 SIMONNOT, Brigitte. *De l'usage des moteurs de recherche par les étudiants*, 2009
CORDIER, Anne. *Imaginaires, représentations, pratiques formelles et non formelles de la recherche d'information sur Internet: Le cas d'élèves de 6ème et de professeurs documentalistes*, 2011
PERRIN, Olivier. *Des énigmes de la recherche d'information : contribution à l'analyse du couple question-réponse dans le processus d'échec documentaire chez les professionnels de l'information,* 2013
DIOUMA DIALLO, Mamadou, PELISSIER, Nicolas. *Les sources cachées du journalisme : étude du rôle des moteurs de recherche dans l'approvisionnement des entreprises de presse.* 2009

19 Se reporter à l'entretien accordé par Lawrence Page au journal le Monde, le 21 mai 2010. http://www.lemonde.fr/technologies/article/2010/05/21/larry-page-president-de-google-notre-ambition-est-dorganiser-toute-l-information-du-monde-pas-juste-une-partie_1361024_651865.html

I.2 « Organiser toute l'information du monde » : problématiques

Outre la phrase tant reprise de Larry Page, la mission de *Google* telle qu'elle est présentée par la société est la suivante : « organiser les informations à l'échelle mondiale pour les rendre accessibles et utiles à tous »[20]. La structuration de l'information sur les réseaux et la préoccupation d'assurer un accès constamment facilité à l'information est un fait avéré dans les opérations de la société *Google,* notamment à travers la mise en avant et la préconisation d'exploitation des micro données et de *schema.org,* en développant des technologies du web sémantique et en s'y intégrant. Sa participation active et son influence sur le W3C, quelle qu'elle soit, en est un autre exemple[21]. Quoi qu'il en soit, les aspirations de la société quant à l'information circonscrite aux réseaux se traduit par deux facettes dans lesquelles elle se distingue par certaines caractéristiques : le recueil d'information de différentes nature, et son traitement accompagné de sa restitution.

I.2.1 Recueil d'information

La popularité du moteur de recherche de Google se doit avant tout à une politique de stockage massif de sources d'informations dans ses serveurs bien qu'il soit loin d'ouvrir une porte sur tout ce que le web peut offrir [22].

Mais l'information recueillie est aussi celle de l'utilisateur, notamment ses données personnelles communiquées dès lors qu'il rentre dans l'écosystème de service *Google*. A ces dernières s'ajoutent :

l'identification unique de l'appareil, numéros de téléphones, fichiers journaux (utilisation, requêtes, données téléphoniques, IP), données de localisation, stockage local de données sur l'appareil utilisé, données sur le navigateur web et caches de données application. « Outre les informations vous (note : l'utilisateur de service *Google*) concernant que nous (note : *Google Inc.*) obtenons par l'intermédiaire de nos partenaires, les données que nous recueillons lorsque vous êtes connecté à Google peuvent être associées à votre compte Google. (…) Les informations personnelles que vous fournissez pour l'un de nos services sont

20 Cf. Page de présentation de la société de Google, https://www.google.fr/intl/fr/about/
21 Cf. http://schema.org/docs/about.html
22 LE CROSNIER, Hervé, dans la préface de l'ouvrage *L'entonnoir* Op. Cit.

susceptibles d'être recoupées avec celles issues d'autres services Google (y compris des informations personnelles), par exemple pour faciliter le partage de vos informations avec des personnes que vous connaissez » [23]. Comme précisé précédemment mais non illustré par un exemple adéquat, ces données font également l'objet d'une réutilisation pour un ciblage publicitaire par une complémentarité d'exploitation d'*Adword* et *Adsense,* considérés comme services.

Le recueil de données personnelles est donc un élément clé de la société *Google*, tant dans le principe de suggestions de résultats que dans ses sources de financement, et fait dès lors l'objet d'une marchandisation accrue dans son traitement[24].

I.2.2 Traitement, restitution et mise à disposition de l'information

Les deux premières étapes se fontt par l'intervention de plusieurs calculs algorithmiques à la base du fonctionnement de *Google Search,* dont la *Pagerank,* technologie fondatrice de ce dernier. Le *Pagerank*, pour résumer, permet de définir la précision des résultats de recherche en ce sens que par l'utilisation de la structure spécifique du web, il calcule un classement en fonction de la qualité de chaque page web, ressortant alors comme garant de l'ordre et d'une structuration de l'information sur le web. C'est « une mesure objective de l'ampleur des citations de chaque page, qui correspond assez bien à l'idée subjective que les gens se font de son importance »[25]. Ressort alors de l'exploitation de cet algorithme une pertinence voulue comme indépendante de tout traitement humain, tout en ayant l'assurance de tirer parti de l'intelligence collective du web. Cette pertinence visiblement considérée comme effective au vu de l'utilisation du moteur est alors à la base de cette popularité.

Mais dès lors qu'est constatée une utilisation privilégiée voire exclusive d'un outil comme celui ci, se pose la question des traitements et des manipulations qui visent à dénaturer, la qualité et la pertinence de l'information distribuée en réponses par l'algorithme de *Google*. Cet algorithme définit en effet des choix appropriés vers l'internaute en fonction de ses comportements, au détriment du principe d'autorité initialement mis en avant du *Pagerank*

23 Cf. présentation par la société *Google* des conditions de recueil et d'utilisation des données personnelles https://www.google.fr/intl/fr/policies/privacy/

24 CARDON, Dominique. *Dans l'esprit du PageRank*, 2013

25 BRIN, Sergey, PAGE, Lawrence, *The anatomy of a large-scale of hypertextual Web search engine*, 1998

[26]. Cette même pertinence des résultats est également interrogeable au vu de l'arbitraire des changements de la méthode de calcul dudit algorithme[27].

I.2.3 Quand *Google* appelle *Google* : problématiques du système fermé

L'écosystème de *Google* se définit donc essentiellement par ses services : *Google Docs, Gmail, Google Drive, Google Music, Google Play*, en sont autant d'exemples. À travers son écosystème, cette société garde donc les utilisateurs sur sa plateforme dans un système stratégiquement fermé pour leur offrir une solution complète qui répond aux besoins du quotidien, que ce soit sur ses plateformes Android et ChromeOS, ou sur d'autres.

Toutes les applications de l'écosystème *Google* sont automatiquement centralisées, sauvegardées, synchronisées et disponibles en permanence sur n'importe quel appareil électronique connecté[28]. La dépendance à l'égard de *Google* est ici voulue comme complète de même que la remise d'informations dans des conditions « qui relèvent plus de la bonne volonté de la compagnie et des craintes qu'elle peut avoir d'actions collectives dans les pays anglo-saxons qu'à une hypothétique régulation démocratique. Le choix de la structure est de considérer que la somme des avantages dépasse celle des inconvénients »[29]. Les caractéristiques de cet écosystème et la volonté de toujours privilégier une circulation interne de l'information relative à l'utilisateur à travers son système fermé ont soulevé auprès de l'opinion publique et des instances politiques françaises et européennes un questionnement sur un abus de position dominante de la part de la société *Google,* même qualifié de monopole.

> Par le truchement du paramétrage de son algorithme et, dans certains cas, de ses conditions générales d'utilisation, un moteur de recherche peut refuser de référencer ou de classer, ou bien déréférencer ou déclasser tout site Internet, et ce, de manière potentiellement discriminatoire, voire arbitraire. Un tel aléa pour les opérateurs économiques présents sur Internet et une telle dépendance vis-à-vis d'acteurs ultra-dominants sont préjudiciables au dynamisme de l'économie française.

---

26 CARDON, Dominique. Op. Cit.

27 ARASZKIEWEZ, Jacques. *Le grand avaleur*, 2009 issu de l'ouvrage *L'entonnoir : Google sous la loupe des sciences de l'information communication*, 2009

28 Aisément constatable sur la page d'identification du compte Google : « Tout Google en un seul compte », mais également avancé dans le rapport d'enquête de 2014 pour abus de position dominante sur la société *Google,* initié par Joaquín Almunia, alors Commissaire européen à la Concurrence et vice-président de la Commission européenne (jusqu'en 2014)

29 Conclusion de Joaquín Almunia, tirée de ses propos issus de la lettre adressée à Arnaud Montebourg du 20 Mai 2014

> Le classement des résultats par un moteur de recherche conditionne en effet très largement la visibilité effective d'une information sur Internet et, partant, l'attention que lui porte l'internaute. Or, ce dernier a tendance à accorder une « confiance abusive » dans les résultats des algorithmes, perçus comme objectifs et infaillibles, notamment car il ne dispose d'aucune information quant aux méthodes utilisées et que, du fait d'accords d'exclusivité, il n'a parfois pas d'autre choix que de se référer aux résultats d'un unique moteur[30].

Peu après ces affirmations au Sénat suivent celles de la Commission Européenne, portant toutefois sur des éléments plus circonscrits. Dans la communication de ses griefs, il est souligné que les marchés de la recherche générale et de la comparaison de prix sont deux marchés distincts. Le comportement de la société *Google* (…) a des effets négatifs pour les consommateurs et l'innovation » [31]. En effet, les utilisateurs ne voient pas nécessairement les résultats de comparaison de prix les plus pertinents en réponse à leurs requêtes[32].

> Sur Google, pour ne pas compromettre l'intégrité des résultats de recherche, les publicités sont toujours clairement identifiées comme "liens commerciaux". Nous ne manipulons jamais les classements pour favoriser nos partenaires dans les résultats que nous fournissons, et personne ne peut payer pour obtenir un meilleur classement PageRank. Nos utilisateurs font confiance à l'objectivité de Google et rien ne pourrait justifier la remise en cause de cette confiance (Commandement n°6. Il est possible de gagner de l'argent sans vendre son âme au diable)[33]

La confrontation de ces deux réalités et les opinions que cela peut faire naître, les aspirations à maîtriser toutes les formes d'informations du monde ou encore l'utilisation de données personnelles sont des sujets mis en évidence dans les médias dits de masses alors à même de générer des représentations, qu'elles soient supposément objectives ou subjectives[34]. Dans le cadre de l'objet de la présente étude, il convient de dresser un panel de ces représentations au sein de la communauté des professionnels de l'information communication.

---

30 Tiré de l'amendement du 07 avril 2015 sur le Projet de loi - C*roissance, activité et égalité des chances économiques*, Sénat (France)

31 Fiche d'information du 15 avril 2015 de la Commission Européenne sur la situation estimée d'abus de position dominante de *Google* dans le domaine des services de comparaison de prix. http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-4780_fr.htm

32 Ibid.

33 Cf. https://www.google.fr/intl/fr/about/company/philosophy/

34 A titre indicatif, il est intéressant de noter le vocabulaire et l'imaginaire employés dans les médias relayant des éléments de construction de représentations. Ex. :
- la télévision : Capital, M6 : *Google, au cœur du géant qui veut changer le monde*, 22 mars 2015 ; C dans l'air, France 5, France télévision : *Google maître du monde,* 2014 ; Théma : « Les nouveaux maîtres du monde », Arte : *Faut-il avoir peur de Google ?* 2007
- la radio : Du grain à moudre, France Culture : *Peut-on dégoogliser Internet ?* Émission du 17 août 2015 ; *Google est il un projet politique ?* 06 octobre 2014, *le projet Google est-il totalitaire ?*, 18 décembre 2013
- la presse : *6 bonnes raisons (entre autres) d'avoir peur de Google*, l'Express,25 mai2015 ; *Google contre le reste du monde*, JDD, 09 février 2009

I.3 Représentations des opinions des professionnels de l'information communication

Les ambitions et les caractéristiques même sur lesquelles se construisent à la fois la philosophie de la société et son écosystème de services induisent la perception d'enjeux impactant directement la société de l'information et l'appréhension de l'information plus globalement. Ce constat et les domaines qu'il implique dans sa considération rentre concrètement dans le cadre des champs de réflexions et des préoccupations des sciences de l'information communication et conséquemment de professionnels de l'information communication. Il convient donc au vu de ces enjeux d'en évaluer les positionnements et opinions, objectives comme subjectives, exprimés par ces mêmes professionnels. Il s'agit moins d'en établir un corpus exhaustif que de mettre en évidence une ou plusieurs tendances dans l'approche et le traitement de l'image d'un écosystème indissociable de la société dont il provient.

I.3.1 Opinions positives

Par sa recherche, le développement et la promotion constants d'innovations ou de technologies en vue de favoriser le traitement de l'information, la société *Google* et les services qu'elle propose sont notamment mises en avant au sein de la communauté des professionnels de l'information communication. Ces activités sont perçues dans une optique répondant à l'affirmation « ce que vous faites est plus important que ce que vous dites » : l'investissement et la productivité concrète de la société sur des enjeux nourrissant nombre de discours formulant « les plus beaux projets » sans que ses auteurs ne les mettent en œuvre mène forcément à des critiques, mais le plus important est qu'elle est vecteur de dynamisme dans l'évolution du traitement de l'information[35].

L'idéal de la diffusion universelle des connaissances affirmée par la société *Google*, et proche dans les grandes lignes de celui de Paul Otlet, nourrit également un soutien affirmé de professionnels de l'information documentation dans la croyance effective de pouvoir réaliser cette aspiration grâce aux avancées technologiques dans ce domaine, sur lequel Google œuvre donc. Tel est le cas notamment de Robert Darnton, bibliothécaire à l'université d'Harvard[36].

35 BRAND, Antoine. *Moi, Google*, 2012

36 RACINE, Bruno. Une utopie séduisante, 2012

Bien qu'affirmées, il est toutefois notable que de telles prises de position au sein de la communauté envisagée, sans se risquer à l'extrapolation d'une quantification minimisante, n'est dans tous les cas que peu exprimée explicitement. De manière plus nuancée, est cependant relevée une acceptation à défaut d'un engouement pour les entreprises de la société *Google,* notamment par une attitude plus relativiste.

I.3.2 Relativisme de l'irrémédiable et de la critique

En effet, l'importance de cette société sur le web, au sein d'une communauté majoritaire d'utilisateurs, sa prégnance sur le monde de l'information notamment assise par la très grande exploitation de ses services laisse place à un constat pouvant être qualifié de fataliste quant à l'immuabilité de l'acteur[37].

Ce relativisme se constate également sur un pragmatisme affirmé quant à l'exploitation de services amplement dénoncés sur leurs fonctionnalités critiquables et leur acquisition de ressources mises à disposition[38]. Illustrant ce constat, *Google books* en est un exemple. Cet outil fait l'objet de critiques légitimes quant aux ressources proposées et la considération du droit d'auteur, à la qualité relative des traitements techniques et descriptifs des ressources numérisées, ainsi que sur l'absence d'organisation de contenus[39]. Néanmoins les singularités de ses services face à ceux des bibliothèques numériques, à l'offre plus limitée, engendrent nombre d'intérêts pour la recherche d'informations historiques. L'adéquation entre abondance de ses sources intégralement océrisées et stratégies de recherches avancées, tenant compte notamment des variations orthographiques historiques des langues concernées, rend inutile tout principe d'organisation préalable[40]. A la différence des bibliothèques numériques, *Google books* offre également une cartographie littéraire plus étendue ne priorisant pas les seuls classiques de la littérature, au profit d'œuvres de moindre renommée. De plus, cette différence est appuyée par une offre de ressources relevant de domaines variés notamment juridiques, techniques, officiels, donc non exclusivement littéraires, et faisant l'objet d'une réelle diversité linguistique pour les langues européennes,

37 RACINE, Bruno. *Google et le nouveau monde*, 2010. Ce dernier privilégiant l'approche d'un entente « sur les modalités d'une coopération intelligente » entre la société Google et les acteurs de l'édition et des bibliothèques

38 JEANNENEY, Jean-Nöel. *Quand Google défie l'Europe : plaidoyer pour un sursaut*, 2005 . En référence à la dénonciation du projet de numérisation de fonds patrimoniaux, conservés notamment par les bibliothèques considérées à l'échelle mondiale.

39 NEVEU, Valérie. *Google Books au service de la recherche historique, ou Eloge du chaos,* 2012

40 Ibid.

mortes comprises. En définitive, malgré l'évolution des bibliothèques numériques amoindrissant progressivement ces singularités, tant qu'elles subsistent, *Google books* demeure source d'intérêt non négligeable pour le professionnel de la documentation ou le chercheur[41].

I.3.3 Entre appréhension et dénonciation : expressions d'imaginaire collectif

Il est à noter que les représentations à connotations sensiblement négatives exprimées au sein de la communauté des professionnels de l'information communication sont sensiblement plus nombreuses. Là encore, nulle quantification comparative entre les différentes formes d'opinions n'est risquée, le doute d'une éventuelle majorité silencieuse ne doit pas être exclu. Le recueil de ce type de représentation n'induit pas non plus d'analyse sur la pertinence des propos engagés ou leur subjectivité, mais bel et bien la seule mise en évidence de perceptions et opinions à mettre en relation avec les deux autres typologies de comportements et attitudes mentionnées précédemment.

Ces représentations sont le plus souvent visibles, comme dans le cas des dénominations employées dans les médias dits de masse, par l'emploi de dénominations métaphoriques au sujet de la société[42]. Ces dénominations peuvent faire référence aux aspirations de la société telles que représentées dans l'imaginaire collectif, « *big brother* », « la pieuvre » ou le « léviathan », traduisant une pensée ouvertement critique vis a vis d'aspirations monopolistiques[43]. Elles renvoient aussi par l'expression « l'entonnoir » au principe de restriction de l'accès à l'information engendrée par une utilisation exclusive d'un moteur ne référençant qu'une partie des informations disponibles, en les proposant de manière différenciée après profilage de l'utilisateur et ciblage de ses intérêts[44]. L'aspect mercantilisant de l'exploitation de l'information se retrouve, lui, repris quant à la représentation des actions de la société *Google* comme la « forme la plus avancée du capitalisme cognitif »[45].

---

41 Ibid.

42 Cf. Note sur les médias ci dessus (partie I.2, dernier paragraphe)

43 Respectivement dans l'ordre de citation :
IPPOLITA (collectif), *La face cachée de Google*, 2008
LE CROSNIER, Hervé. Préface de *l'Entonnoir.* Op.Cit.
HOCHET, Yvan. *Google : tu es si près de moi que je suis tout contre toi*, 2012

44 GALLEZOT, Gabriel (dir.), SIMMONOT, Brigitte (dir.). *L'entonnoir : Google sous la loupe des sciences de l'information et de la communication,* 2012

45 CARDON, Dominique. *Dans l'esprit du PageRank*, 2013

Enfin, la notion de concurrence sur des préoccupations communes entre l'entreprise et la communauté des sciences de l'information communication largement véhiculée : « hostilités », « opposition », « trêves », « résistance », tout un vocabulaire au service d'une représentation de la confrontation et de l'opposition[46]. (Hochet, 2012 ; Jeanneret, 2006, 2010).

Problématisation

Il apparaît alors que, bien que traitant un objet commun à savoir l'information, ses modalités de traitement et de mise à disposition ainsi que les aspirations de la société *Google* se présentent comme problématiques au vu des enjeux que cet ensemble de faits soulève aux yeux des professionnels de l'information communication. Ces derniers les perçoivent différemment suivant leurs idéaux et positions traduites par un panel de représentations variées nourries à leur égard. Cependant, les services de l'écosystème *Google* demeurent l'objet d'un usage privilégié dans les pratiques informationnelles, d'analyse de l'information ou encore de structuration de l'information. Une hypothétique différenciation d'emploi et/ou de considération de ces services est donc envisageable, impactant éventuellement leurs pratiques rentrant dans le cadre de l'exercice de leurs métiers. Il importe alors de se questionner sur la place que prennent ces services au sein des pratiques professionnelles, plus particulièrement documentaires, des membres de cette communauté de pratique de l'information documentation et ce, mis en corrélation avec leurs propres représentations afin d'en déterminer l'influence.

46 Citations respectivement tirées de :
HOCHET, Yvan. Op.Cit.
Ibid.
JEANNENEY, *Jean-Noël. Quand Google défie l'Europe: plaidoyer pour un sursaut,* 2005
Ibid.

Deuxième partie

II Démarche de recherche

Le traitement de notre problématique n'est possible que par une expérimentation visant à recueillir toutes les données qualitatives ou quantitatives essentielles à son interrogation. Toute expérimentation se caractérise par une ou plusieurs hypothèses dont la validité est éprouvée par une série d'expériences. Une fois les hypothèses posées, ces expériences ou enquêtes se doivent de suivre un protocole ou une méthodologie pensée préalablement et adaptée au sujet, au contexte d'application de l'expérimentation, ainsi qu'aux types d'investissements engagés. Ensuite seulement le recueil de données peut être entrepris afin de permettre leurs traitements et leur analyse confrontée aux hypothèses interrogeant le sujet.

II.1 Approche du sujet

II.1.1 Concepts clés mobilisés

En premier lieu, afin de clarifier le sens donné aux concepts employés pour représenter la problématique et éviter tout biais d'interprétation ou de formulation d'hypothèse, il convient de les redéfinir clairement. A cette initiative, sont retenus les principaux concepts relatifs à une expérimentation relevant des sciences humaines et notamment la sociologie, destinées à être employés dans la présente analyse. Ces derniers sont ceux d'usages, de pratiques et de représentations.

Usages, pratiques, usages sociaux

Qu'il soit ou non employé par le professionnel de l'information documentation, chaque service issu de l'écosystème *Google*, quelle que soit la définition de son périmètre, est soumis à usage ou un non usage. La question du choix ou de la motivation entraînant l'un ou l'autre de ces deux cas de figures est amené à faire l'objet d'une attention ultérieure, aussi le

point d'analyse se centre-t-il donc en premier lieu sur la définition même de l'usage et de pratique.

> l'usage [...] renvoie à la simple utilisation tandis que la pratique est une notion plus élaborée qui recouvre non seulement l'emploi des techniques (l'usage) mais les comportements, les attitudes et les représentations des individus qui se rapportent directement ou indirectement à l'outil[47]

L'usage renvoie donc à l'utilisation d'un média ou d'une technologie, repérable et analysable à travers des pratiques et des représentations spécifiques. Bien qu'élément de définition de l'usage, et souvent employée en qualité de synonyme, l'utilisation en est dissociée par la nuance suivante : l'utilisation renvoie à « l'interaction directe, le face-à-face entre l'individu et l'objet technique » alors que l'usage « suppose la constitution d'une épaisseur sociologique à travers l'émergence de routines d'emploi et d'habitude dans les "manières de faire" avec le dispositif »[48].

Cependant, le fait que le plus souvent, usages et pratiques se confondent fait entrer en considération une autre notion avancée par les sociologues, à savoir celle d'usages sociaux[49].

> les usages sociaux sont des modes d'utilisation se manifestant avec suffisamment de récurrence et sous la forme d'habitudes suffisamment intégrées dans la quotidienneté pour s'insérer et s'imposer dans l'éventail des pratiques culturelles préexistantes, se reproduire et éventuellement résister en tant que pratiques spécifiques à d'autres pratiques concurrentes ou connexes[50]

Selon Millerand, l'usage devient donc social quand « il est possible d'en saisir - parce qu'il est stabilisé- les conditions sociales d'émergence et, en retour d'établir les modalités selon lesquelles il participe de la définition des identités sociales des sujets »[51].

Dans tous les cas, la notion de pratique regroupe un ensemble d'activités autour d'une même thématique, dont chacune s'inscrit dans un rapport avec un objet technique. Dans la

47 JOUËT, Josiane dans *Dictionnaire critique de la communication :Usages et pratiques des nouveaux outils de communication,* 1993 (p,371)

48 JAUREQUIBERRY, Francis, PROULX, Serge. *Usagers et enjeux des technologies de communication*, 2011. (P. 80-81)

49 « Usage » dérivé de « Us » du latin *usus,* désignant dans les définitions les plus communes ou historiques les notions de coutumes mais surtout celles de pratiques.

50 LACROIX, Jean-Guy. *De la télématique aux autoroutes électroniques : Entrez dans l'univers merveilleux de Vidéoway*, 1994 (p.147) cité par MILLERAND, Florence. *Usages des NTIC : les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation,* 1998

51 MILLERAND, Florence. *Usages des NTIC : les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation,* 1998 (p.4)

considération présente, les « manières de faire » avec l'objet avancées par Jaureguiberry et Proulx sont à la base d'éventuelles actualisations de la pratique. L'étude ici entreprise vise justement l'évaluation de ces possibles interférences au regard du rôle que peut avoir ou non la représentation dans cet établissement de faits.

Représentations

Inhérente à la problématique, la pratique dans la conception de Jouët recouvre les « représentations des individus qui se rapportent directement ou indirectement à l'outil »[52]. Comme avancé précédemment, le concept de représentation est un axe clé d'analyse du sujet de cette étude.

Loin de se perdre dans une analyse de l'évolution du concept de représentation en sciences humaines et sociales, il convient toutefois de s'arrêter sur certaines facettes de son ou ses évolution(s). Tout d'abord, Durkheim distingue la représentation collective de la représentation individuelle en définissant la première comme croyances et valeurs communes à tous les membres d'une société, intrinsèquement distinctes de l'addition des représentations de ces individus[53]. Puis Moscovici traite une autre facette de la représentation, à savoir la représentation sociale « construite pour et par la pratique »[54]. Celle ci désigne alors « les éléments mentaux qui se forment par nos actions et qui informent nos actes, le sens commun »[55]. Ce processus se distingue alors dans son élaboration et son fonctionnement d'autres manières de penser et d'interpréter une réalité comme le sont les sciences ou encore la religion. C'est en cette forme de construction indépendante de ces schémas de pensées qu'elle se distingue de la représentation collective.

La notion de représentation sociale se nuance suivant le cadre théorique mobilisé dans son traitement. L'approche peut être objectiviste considérant toute représentation sociale comme produit de l'environnement de l'individu, ou subjectiviste renvoyant globalement à la situation inverse. Mais l'étude présente compte porter sur une approche constructiviste considérant à la fois une réalité objectivée basée sur l'acquisition de connaissances s'imposant à l'individu et dictant une partie de ses actions, et une réalité subjectivée,

52 JOUËT, op.cit.
53 DURKHEIM, Émile. *Représentations individuelles et représentations collectives*, 1898
54 MOSCOVICI, Serge. *La Psychanalyse, son image et son public*, 1961
55 DANIC, Isabelle. *La notion de représentation pour les sociologues*, 2006

intériorisée sous la forme de perceptions et de représentations générant une influence sur les actes du même individu.

II.1.2 Formulation des hypothèses

Dans la problématique sont questionnés les usages faits de l'écosystème de services *Google* s'incluant dans les pratiques professionnelles des représentants des métiers de l'information documentation, et ce éventuellement en fonction de la représentation que chacun se fait dudit écosystème.

Déterminer le rôle que jouent ces représentations soulève un ensemble d'hypothèses ou présuppositions qu'il est nécessaire de confirmer ou infirmer. En premier lieu, la condition sine qua non induite par la problématique est un usage effectif d'un ou plusieurs services issus de l'écosystème *Google*, toujours pensé non au sens de l'entreprise mais à celui des dispositifs mis à disposition de l'utilisateur. La première hypothèse se présentant comme un axe de recherche de l'expérimentation interroge alors le fait suivant : les professionnels de l'information documentation utilisent ils les services issus de l'écosystème *Google* ?

A la lecture de rapports de mesures d'audience de sites et applications web, une très grande popularité dans les usages de son moteur de recherche est constatable avec une estimation de près de 93 % des visites effectuées depuis un moteur et enregistrées par les sites web au cours du mois de décembre en France[56]. L'utilisation de son navigateur Chrome y est dorénavant privilégiée à hauteur de 33 %, et son OS mobile connaît une popularité doublée en une année[57] [58]. Le présupposé d'un usage effectif de ces derniers serait théoriquement considérable en tant qu'axiome, mais la finalité même de l'interrogation de cette étude induit un éventuel rapport plus distancé face à ces services de la part d'individus plus avertis par leurs formations, d'où le besoin de considération de cas de non-usages. L'hypothèse est donc dans ce cas légitimement à éprouver. Usage comme non usage se doivent d'être contextualisés et cadrés. En premier lieu, dans l'optique d'analyse de pratiques professionnelles, il semblerait cohérent de s'orienter vers un recueil de données relatives aux

56 Enquête disponible à l'adresse suivante : http://www.atinternet.com/documents/barometre-des-moteurs-de-recherche-decembre-2014/

57 Cf. http://www.atinternet.com/documents/navigateurs-en-europe-safari-devance-firefox-et-talonne-internet-explorer/

58 Cf. http://www.atinternet.com/documents/succes-des-os-mobiles-dapple-et-google/

usages dans le seul contexte professionnel. Cependant, ce n'est pas sortir du cadre de l'enquête que de considérer également le contexte privé. Observer une différence d'utilisations entre les deux contextes ou un refus apparent pour l'un d'entre eux représente là aussi un possible axe de réponse quant au rôle qu'y jouent les représentations : sécurisation des données professionnelles, limitation volontaire de la porosité entre professionnel et privé par l'usage d'un compte Google différencié, influence de l'actualité sont autant d'éléments pouvant entrer en considération dans cette éventuelle différenciation d'utilisations. Un cadre temporel d'utilisation est également utile à préciser, afin là aussi d'attester d'une utilisation effective sur le long court ou de changements vers d'autres outils ou applications extérieurs à cet écosystème. Là encore les motivations propres à chacune de ces options sont intrinsèquement liées à un système de représentation de l'individu vis à vis de l'écosystème *Google*. Outre la détermination d'un usage de ces services, l'analyse de ces représentations dans une approche constructiviste représente un autre élément de réponse à la problématique. Cette dernière se fait par une mise en évidence des composantes des réalités objectivées et subjectivées façonnées par les professionnels de l'information documentation.

La seconde hypothèse de l'étude porte sur cette réalité objectivée, basée comme dit précédemment sur l'acquisition de connaissances s'imposant à l'individu et dictant une partie de ses actions. Il s'agit donc d'acquérir les éléments de réponses à l'interrogation suivante : au sein de cet écosystème, le professionnel de l'information documentation cherche-t-i l à disposer d'une base de connaissance globale sur ce qu'il utilise ?

Dans sa considération, cette base de connaissance soulève tant des aspects purement fonctionnels favorisant un traitement satisfaisant de l'outil ou du service que des aspects sociaux et techniques relevant des éventuels enjeux que ce dernier représente pour le monde dans lequel l'individu évolue. Pour y répondre, cela sous entend une recherche au cours de l'expérimentation portant sur une évaluation globale du degré de connaissance du service d'une part, et des processus d'acquisition de cette connaissance de l'autre. De ces processus peuvent ressortir lorsqu'ils sont volontaires, ou tout du moins en partie, un corpus de motivations alors complémentaires avec les éléments retirés lors du questionnement de la première hypothèse. Dans tous les cas, les informations alors conséquemment recueillies permettent une approche d'évaluation de ce en quoi ces connaissances dictent une partie

des actions de l'individu, donc des usages dans le cas présent. Ces derniers dans la conception de Jouët représentent un des éléments de définition des pratiques sous l'angle de la réalité objectivée[59].

Une troisième hypothèse nécessairement complémentaire à la seconde se pose alors quant à l'analyse cette fois ci de l'influence sur les usages mêmes de l'individu de ses perceptions et représentations, portant alors sur le principe de réalité subjectivée. C'est donc par l'analyse comparative de la connaissance d'un service et de l'utilisation qui est faite de ce service auprès de différents individus que l'hypothèse suivante peut trouver des éléments de réponse : une variation du degré de connaissance de l'outil, du service ou de l'écosystème induit-il une différence de traitement et d'utilisation de ces derniers ? Par analyse des cas de plusieurs professionnels, c'est en effet par la mise en évidence d'utilisations similaires pour un degré de connaissance différent que s'ouvre un deuxième champ complémentaire de détermination de l'usage, à savoir le poids de cette réalité subjectivée, donc des perceptions et représentations nourries à l'égard de l'écosystème *Google*.

Enfin la quatrième hypothèse porte sur l'évaluation de facteurs déterminant tout ou partie de la teneur de ces représentations, comportements et attitudes qui se rapportent directement ou indirectement à l'outil. Ces facteurs dépendent d'une part du domaine de connaissance développé servant de base à une réalité objectivée, et d'autre part à un autre domaine de connaissance à la base d'une représentation de l'outil se caractérisant par son antériorité par rapport à son usage, donc d'une réalité subjectivée. C'est une interconnexion de ces deux domaines de connaissance qui permet la construction d'une représentation sociale par l'individu. L'hypothèse se formule alors comme le questionnement sur les facteurs à la base de la constitution de ce deuxième domaine de connaissances. Cela induit un recensement des types de recueil d'information sur le sujet, incluant notamment une éventuelle perméabilité aux représentations propres aux pairs de l'individu.

59 Cf ; définition de pratique p.23 du présent document tirée de JOUËT, Josiane. *Dictionnaire critique de la communication :Usages et pratiques des nouveaux outils de communication,* 1993 (p,371)

II.2 Méthodologie : phase théorique

II.2.1 Nature des informations à recueillir

Les hypothèses formulées précédemment induisent, pour la confirmation ou l'infirmation de chacune d'entre elles, une mise en évidence et un ciblage préalables des types de données ou d'informations à acquérir. Ce ciblage permet alors de déterminer suivant leurs natures le type de dispositif et d'approches à considérer dans le cadre de l'expérimentation permettant de les recueillir.

La première hypothèse, visant dans la finalité de son questionnement à déterminer si exploitation effective de services Google il y a, amène à constituer un corpus de services utilisés, et dans un second temps à dissocier les emplois en étant fait selon la simple variable de cadre contextuel suivante : privé ou professionnel. Une deuxième variable, relative au cadre temporel cette fois ci, a pour conséquence d'apporter une précision supplémentaire dans l'analyse d'une éventuelle utilisation différenciée. La nature des réponses à recueillir pour éprouver cette hypothèse est donc de l'ordre de la donnée se caractérisant ici par de l'explicite et de l'indicatif.

Les hypothèses 2,3 et 4, quant à elles, induisent un tout autre type d'information à traiter. Tout d'abord est évaluée une motivation relative à l'acquisition de connaissances ciblées. Si une interrogation sur l'utilisation d'outil n'induit que deux réponses correspondant à une réalité concrète, le traitement du principe de motivation, lui, ne relève pas d'une réalité indépendante de celui qui l'interprète. Cette composante primordiale dans la considération de son recueil et de son traitement est également caractéristique des autres inférences relatives à cet ensemble d'hypothèses, à savoir les principes d'affirmation et d'évaluation de connaissances, d'expériences, et de ressentis. En effet, le traitement de la connaissance du sujet traité chez le répondant est une des facettes principales des hypothèses 2,3 et 4. A celles ci s'ajoute le besoin de mise en évidence de représentations pour éprouver la dernière hypothèse. La description même d'une représentation qu'une personne se fait d'un concept ne peut s'obtenir avec fiabilité directement auprès de cette dernière : l'objectivité de la réponse dépend trop de la distanciation critique requise par rapport à soi même, et d'une double construction réflexive potentiellement paradoxale et problématique sur le sujet.

L'exercice du « connais toi toi même » cher à Socrate ou Hegel, est ici, quelle qu'en soit la conception, trop risqué dans le cadre d'une analyse se voulant idéalement la moins biaisée. Ce sont donc les seuls éléments permettant de dessiner les contours d'une représentation sur le sujet par le répondant qui seront ici recherchés, à travers des opinions et comportements, éléments de contexte ou analyse du langage et des champs lexicaux employés.

Que ce soit pour la première hypothèse ou les trois autres, le type d'informations ici définies détermine donc conséquemment la nature même des dispositifs de recueil de données au cours de l'expérimentation selon le degré d'expressivité recherché chez le répondant, et nécessaire à la constitution d'un ensemble suffisant pour éprouver chacune de ces hypothèses, donc répondre à la problématique.

II.2.2 Choix des dispositifs de recueil de données

Considérant les différences définies précédemment relatives à la nature et à la forme que prennent les réponses nécessaires au traitement des hypothèses, il convient de les traiter séparément.

Le traitement des trois dernières hypothèses induit très logiquement un besoin impératif d'échange avec le répondant. Si l'observation peut être une piste, le sujet de l'expérimentation ne favorise pas les possibilités d'être confronté à une situation favorable à une expression spontanée des individus sans qu'aucune mise en condition préalable n'ai été opérée, ce qui biaiserait ainsi le principe même de l'exercice. Un questionnaire permet de cibler au mieux les informations désirées et peut être adapté à l'expression de ressentis ou d'expériences ainsi qu'à l'évaluation de connaissances. Mais plusieurs considérations nuisent à la fiabilité et au degré de profondeur de l'information désirée. En premier lieu, le défaut d'interaction avec le répondant demande à être contrebalancé par une formulation et un enchaînement de questions conçus avec une infaillible rigueur, évitant sur lui toute influence même mineure et requérant un sens de la prévision n'étant en rien assimilable à de l'évidence. Les seules questions formulées à l'avance doivent en effet permettre de recueillir l'ensemble des informations voulues sans laisser au répondant l'opportunité de rendre implicite certains points de vue ou réponses, ni même de les éviter. Les questions en elles

mêmes se doivent de n'être interprétables et compréhensibles que dans le sens voulu. De plus, outre ces difficultés, le principe même d'évaluation de connaissance, qu'elle soit habilement amenée ou non, représente toujours le risque d'occasionner une gêne particulière auprès de l'individu se prêtant à l'exercice et une confrontation à ses propres lacunes, ce qui risque de le fermer à la suite du questionnaire et donc de nuire à la qualité de l'investissement attendu sans qu'aucune intervention de remédiation ne soit possible.

Ces écueils sont plus facilement contournables lors d'un entretien oral. Basé sur un échange mutuel et non unilatéral, il permet tout d'abord une certaine réactivité face à d'éventuels problèmes rencontrés. La dimension relationnelle de l'entretien apporte plusieurs plus values comparaison faite avec le questionnaire en considération des finalités de cette expérimentation précise. En premier lieu, l'interaction avec le répondant permet de s'assurer par d'éventuelles reformulations de la correcte compréhension du sujet et des éléments attendus. La réciproque est elle aussi possible : évitant l'écueil d'une interprétation de réponses décontextualisées via questionnaire, il est dans ce cas ci possible de s'assurer de la correcte compréhension des propos du répondant par une synthèse récapitulative de ses propos en demandant confirmation, ou par une demande de clarification. Mais l'une des richesses de l'entretien est également de pouvoir attester des réactions, du temps de réponse, de la spontanéité ou non d'une réponse. C'est à travers la captation de ces faits non discernables à l'écrit que peuvent être recueillis sans extrapolation des éléments de réponses des hypothèses 3 et 4 notamment. L'importance de la différence dans le vocabulaire employé dans un questionnaire et celui plus naturel et spontané d'un entretien, s'il se déroule dans de bonnes conditions, favorise également l'émergence de termes plus marqués, imagés, personnels ou libérés appréciables pour cerner les représentations de l'individu sur le sujet abordé. Enfin, l'entretien se tenant dans un temps limité, il permet de capter les réflexions d'un instant en se construisant au fur et à mesure de la progression des propos, et sans recours à aucun élément extérieur. Cette relative autonomie dans cette construction réflexive peut dans ce cas être un atout dans la mise en évidence des connaissances réelles ou supposées du répondant, là où un questionnaire aurait donné toute latitude à une éventuelle information recherchée à des fins de confirmation pour la validité d'une réponse.

Ainsi le choix de l'entretien est privilégié pour le traitement des hypothèses 2,3 et 4. Si cela requiert la considération d'une organisation et d'une demande considérable en temps, ce dispositif permet toutefois une exploitation complémentaire des principes du questionnaire et en partie de ceux de l'observation.

Concernant l'hypothèse 1, les éléments de réponses se révèlent être explicites et indicatifs. Les réalités soulevées sont alors, dans la théorie, objectivement constatables, tant par le répondant que par un éventuel observateur. L'observation pourrait donc être une première approche de recueil d'information. Néanmoins, les variables incluses dans la démarche rendent très logiquement peu probable toute observation de faits passés, de même que de déterminer les emplois de services dans le cadre privé. Bien que théoriquement possible pour le dernier cas, une observation fiable dans un cadre privé et professionnel d'une population de plusieurs individus requiert une somme de temps disponible considérable et un accord de chaque personne y compris de l'organisme dont dépend le professionnel. Dans des considérations logiques, respectueuses et pragmatiques, de telles options ne sont pas envisageables.

Il est donc nécessaire d'avoir recours directement à un témoignage de la part du répondant. Ce témoignage n'a pas à être interprété du fait de son explicité et de la nature des réponses engagées : un ou plusieurs noms d'outils utilisés en un temps *t* et antérieurement à ce moment, suivi d'une indication choisie parmi un ensemble fermé de trois réponses pré-définies, à savoir un cadre d'utilisation professionnel, privé ou non-exclusif. Le répondant peut témoigner de ces réalités au cours d'un entretien ou d'un questionnaire. Au vu de l'investissement nécessaire à la mise en place d'un entretien, et ce dispositif ayant été préféré pour les trois autres hypothèses, il pourrait être envisageable d'acquérir ces informations au cours de la même session. Cependant, l'objet initial de l'entretien est avant tout de capter témoignages, ressentis et représentations en regard de l'écosystème de services *Google*. Il s'agit donc de ne pas alourdir le tout par des questions formalisées conditionnant involontairement le répondant à une perception de l'entretien plus orientée vers un modèle de type « question - réponse » alors qu'est attendu un effort de prolongation spontané de sa réflexion faisant alors ressortir les éléments recherchés. Pour alléger et fluidifier la conduite de l'entretien et donc optimiser la mise en condition désirée des individus, un rapide questionnaire préalable portant sur les éléments de réponse recherchés

est privilégié. Le questionnaire permet alors, avec une précision sensiblement égale à ce qu'aurait apporté un entretien, de circonscrire plus précisément le périmètre de l'écosystème de services *Google* initialement pensé et de faire ressortir éventuellement des tendances au sein d'une communauté de professionnels. Il donne alors l'occasion de préparer les entretiens lui succédant et prévoir préalablement les principales pistes amenées à y être abordées.

L'étape de recueil d'informations inhérente à la présente expérimentation est alors décidée pour se dérouler en deux temps : un bref questionnaire préalable permettant d'éprouver la première hypothèse, suivi d'une série d'entretiens afin de cerner connaissances, motivations d'emploi ou de refus d'emploi, ainsi que représentations relatives à cet écosystème.

II.2.3 Choix de la population enquêtée

La problématique renvoyant directement aux professionnels de l'information documentation, ces derniers représentent naturellement une population cible dans le cadre de l'expérimentation.

Tout d'abord, entre en considération la question de la cohérence de l'échantillon. Un premier choix doit se faire entre le fait de privilégier un type de professionnel de l'information documentation, ou une variété de différents profils, chacun représentatif d'une communauté professionnelle. La deuxième alternative aurait pour intérêt de comparer l'influence du contexte professionnel sur l'exploitation ou non des services de l'écosystème *Google*. Ce choix se heurte toutefois au problème d'une représentativité limitée des résultats faute d'enquête de grande ampleur. Il convient donc de centrer l'échantillon vers un type de professionnel particulier.

L'ensemble des professionnels de l'information documentation couvre un large panel de profils métiers et de cadres de travail différents. Il pourrait être intéressant de considérer les professionnels des bibliothèques ou les professeurs documentalistes en regard à l'évolution de leurs rapports ambigus avec le sujet traité[60] [61]. Néanmoins, l'amplitude de services Google potentiellement employables par ces derniers dans le cadre de leurs fonctions n'ouvre, sauf

60 Cf. MANIEZ, Dominique. *Index, Google et bibliothèques*

61 Cf. LE ROUX, Loic. *Google au CDI : au-delà de la " boîte noire ",pour une recherche d'information efficace*

utilisations exceptionnelles, que sur un périmètre relativement restreint à prendre en compte. S'intéresser aux documentalistes œuvrant dans un cadre d'ingénierie documentaire largement dédiée aux principes d'accès à l'information ainsi qu'à son traitement est alors théoriquement plus à même d'ouvrir sur des besoins et usages plus variés, ainsi que des opinions et représentations de cet écosystème trouvant plus concrètement écho dans leurs pratiques professionnelles.

L'établissement de Canopé – Chasseneuil, centre névralgique du réseau Canopé, dispose d'une Direction Ingénierie Documentation Formation Patrimoine[62]. Création de vocabulaires contrôlés, édition de métadonnées, gestion de l'information et projets d'accompagnement à l'accès à l'information sont au cœur des activités des documentalistes s'y trouvant. Outre une apparente technicité requise pour l'élaboration de certains de ces projets, il n'en demeure pas moins que les différents profils de documentalistes concernés présentent un intérêt particulier : une polyvalence commune sur les différentes tâches documentaires plutôt qu'une expertise précise sur une technologie ou un fait documentaire à part entière. De fait, un échantillon tiré de cette population conserve une certaine hétérogénéité qui, si le but de l'expérimentation n'est pas de générer une analyse vouée à la généralisation du cas des documentalistes, permet néanmoins de donner un aperçu de réalités potentiellement communes à un ensemble plus vaste de professionnels de l'information documentation que les seuls individus de l'organisme retenu.

Sur les huit professionnels retenus pour composer l'échantillon, tous sortent d'un cursus supérieur à BAC+3. Quatre d'entre eux sont issus du même master en science de l'information documentation, trois sont rentrés dans la documentation par la voie des concours après avoir exercé dans des professions de la communication, de l'édition et de la conservation du patrimoine. Le dernier professionnel est issu d'un master en science de l'information, toutefois orienté *SEO*[63]. Il est important de noter que la mise en place de ce dispositif d'enquête se fait avec des personnes déjà au contact de l'enquêteur dans un cadre professionnel. Aussi la familiarité avec ce dernier est un élément à prendre en considération car impactant directement sur la conduite des entretiens.

62 L'acronyme DIDFP sera par la suite préféré à la forme développée.

63 SEO :*Search Engine Optimization* ou optimisation pour les moteurs de recherche

II.3 Méthodologie : Recueil d'information

II.3.1 Questionnaire

Comme convenu dans l'établissement préalable des étapes de l'expérimentation, la première phase consiste en la collecte d'une base d'informations permettant d'éprouver la première hypothèse au moyen d'un questionnaire.

Il ne s'agit pas de susciter chez le questionné l'éveil d'une réflexion sur le sujet mais de recueillir un corpus des seules utilisations de services disponibles tant dans les sphères privées que professionnelles. Les points d'intérêts se portent sur le type de services et leurs possibles appartenances à l'écosystème de services *Google,* sur un éventuel changement dans les recours à ces types de services dans le temps, quelle qu'en soit la cause, et sur le cadre d'utilisation de ces services, qu'il soit privé, professionnel ou non exclusif. A l'issue de ce questionnaire, les éléments fournis sont employés afin de cerner des tendances d'utilisations s'intégrant dans des pratiques professionnelles et définir une première base de profils d'utilisateurs amenée à être approfondie lors des entretiens. Ils permettent aussi la mise en évidence des différences ou non de traitements entre sphères privée et professionnelle, une dissociation de traitement pouvant être induite par une représentation particulière du service en lui même ou de ce dans quoi il s'inscrit. Il s'agirait alors d'un point à développer au cours de l'entretien. Enfin, ils peuvent éventuellement dessiner les contours d'une possible interconnexion des deux cadres, consciente ou non, par la corrélation d'emploi d'éléments intervenants dans les deux sphères.

La forme du questionnaire, papier préférée à son homologue en ligne, dépend de plusieurs facteurs dont la principale retenue sera d'ordre purement pragmatique : il a été permis de constater au cours d'expériences passées dans le cadre d'un projet professionnel recourant au procédé d'enquête en ligne que, sans que l'investissement de chaque individu soit remis en question, l'aspect volontaire propre à l'action de répondre à une enquête en ligne, si elle ne se fait pas dans un futur proche à la demande, est relativement amoindri voire oublié passé les 48heures et ce malgré relances et date de clôture d'enquête imminente[64]. De plus,

64 Le projet concernant une enquête par questionnaire en ligne pour l'analyse de concepts candidats ou potentiellement désuets d'un thésaurus auprès d'un comité d'orientation en vue d'y valider leurs intégrations ou modifications.

dans le cas présent, une familiarité certes appréciable car encourageant l'investissement de chacun dans la démarche, induit toutefois une plus grande légèreté dans le délai accordé à la remise des réponses demandées. Le questionnaire ici envisagé requiert des réponses simples et est de type court, avec un temps de réponse estimé à cinq minutes ou moins. Ce court laps de temps permet de tirer parti de l'affinité avec chaque répondant dans l'entreprise de distribution de questionnaire papier en présence de l'enquêteur. Outre une prescription tacite de réponse immédiate garantie par cette présence, il est également permis d'apporter un soutien à la personne par une éventuelle désambiguïsation des énoncés ou un apport d'informations complémentaires. Enfin, le retour du questionnaire est assuré dans un temps quasi immédiat.

Il est à noter qu'une telle démarche est ici appropriée au peu d'effort immersif et réflexif requis pour répondre à ce questionnaire, mais qu'elle n'aurait pas forcément été privilégiée si ce dernier portait sur des aspects demandant plus de temps de réflexion, auquel cas la présence de l'enquêteur aurait pu être préjudiciable à la qualité des informations recueillies.

Lors de la prise de contact avec chacun des individus de l'échantillon, puis à la distribution du questionnaire, le sujet de l'enquête n'a été présenté que sous une forme très globalisante – bien que l'objet même du mémoire ne soit pas inconnu de tous. Le principe est alors de recueillir des informations spontanées, réelles et dans l'idéal d'éviter une trop grande orientation des réponses, que ce soit en considération du sujet précis ou pour tenter de proposer, par un altruisme estimé mais maladroit, des pistes intéressantes pour l'enquêteur.

II.3.2 Formes d'entretien

Après dépouillement du questionnaire afin de mieux circonscrire le périmètre des services employés par chaque individu de l'échantillon, la deuxième phase d'enquête prend forme d'une série d'entretiens.

Avant d'en entreprendre le déroulement, il s'impose de définir la forme exacte que sont amenés à prendre ces derniers. Au vu de la nature des données à recueillir, de nécessaires transitions et ré-orientations de réflexions vers des domaines connexes au développement en cours du répondant à un temps *t* sont à envisager. De telles interventions induisent alors une forme privilégiée d'entretiens semi-directifs, caractérisés par ce souci de traitement

impératif des différents éléments constitutifs de la grille d'entretien établie à cet effet. Bien qu'une certaine liberté soit possible dans l'agencement et l'ordre des abords de thématiques et sous thématiques voulues, cet exercice de conduite d'entretien semi-directif impose une attention particulière de la part de l'enquêteur pour juger du caractère satisfaisant de la réponse en vue de l'attente nourrie, et pour donner sens à un fil logique de succession de questions nuisant au minimum au dynamisme et à la construction réflexifs croissants du répondant. De fait, l'attention de l'enquêteur n'est pas intégralement dédiée à la seule écoute mais se doit d'être partagée avec un besoin simultané de construction interne de l'architecture de progression de l'entretien. Si cette démarche est tout à fait conciliante avec la recherche de recueil d'informations relatives aux expériences, connaissances ou motivations, n'en demeure pas moins que le traitement des représentations intrinsèquement liées à ces trois éléments se doit d'être l'objet d'une attention plus particulière de la part de l'enquêteur, et d'un approfondissement plus personnel et spontané dans l'intervention du répondant.

Une forme d'entretien alors plus libre semblerait donc adéquate pour le recueil et l'analyse des seules représentations et de leurs systèmes. L'entretien dit « non-directif » est employé à cet effet en recherche sociologique[65] [66]. Il favorise l'exploration par le répondant lui même du champ d'interrogation ouvert par une consigne, et présente un intérêt notable du fait qu'au cours de cette exploration, l'importance y est de voir quand et pourquoi le sujet ou l'opinion sont évoqués. Par la liberté de prise de parole et de développement laissé au répondant, le recueil d'opinions et d'éléments de contexte, professionnels, sociaux, langagiers nécessaires à la compréhension de ces opinions est alors facilité par rapport à une conduite semi-directive. Le non-directif vise alors à accéder à la signification latente du discours et des sous entendus et favorise donc par l'ouverture aux digressions ensuite analysées la captation d'informations qui auraient été écartées lors d'une conduite rigoureuse d'entretien semi-directif.

Deux formes d'entretiens semblent alors nécessaires pour l'obtention des informations requises afin d'éprouver les hypothèses 2,3,4. Le choix s'ouvrant pour l'organisation de la suite de l'enquête se divise en deux options : celle d'un processus d'entretiens en deux temps distincts et non consécutifs, ou celle d'une modulation réfléchie de formes d'entretien

65 Cf. MICHELAT, Guy. *Sur l'utilisation de l'entretien non directif en sociologie,*
66 Cf. DUCHESNE, Sophie. *Pratique de l'entretien dit "non-directif"*

basée sur un schéma prédéfini, au cours d'une même session. Si la première possibilité facilite la compréhension de la nature de l'exercice auquel se prête le répondant, elle s'avère cependant fastidieuse et contraignante. A l'inverse, bien que plus complexe dans son appréhension, l'autre alternative permet de conserver dans un même temps le dynamisme relatif à la construction d'une réflexion spontanée requise pour les deux formes d'entretiens, les réponses à l'une allant servir à l'autre. De plus, l'intérêt dans cette alternance contrôlée et raisonnée de formes de participation est de favoriser une mise en condition du répondant l'orientant vers un plus grand dévoilement et une facilité de prise de parole accrue, réduisant une forme de retenue que pourrait s'imposer l'interviewé que ce soit sur la durée ou le degré d'engagement de la réponse.

Le type d'entretien entrepris pour cette expérimentation relève donc d'une approche présentant une porosité volontaire entre entretien non-directif et entretien semi-directif. Le premier sert à introduire chaque session pour favoriser auprès du répondant l'appropriation par lui même du périmètre du sujet, et permettre à l'enquêteur de considérer et d'écouter attentivement son discours. Cette écoute totale tend alors, par une compréhension facilitée des affirmations de l'individu, à fluidifier et mieux aiguiller la suite de l'entretien basculant vers un travail d'interrogation se voulant le plus proche d'une apparente discussion et laissant néanmoins une liberté contrôlée d'exploration des facettes de la question sans recadrage immédiat.

Cette approche hybride induit tout de même la considération de l'ensemble des facettes relatives à chacune de ces formes d'entretiens, et du travail préparatoire préalable, notamment concernant l'élaboration d'une grille d'entretien.

II.3.3 Grille d'entretien

Dans le cadre d'un entretien semi-directif, l'utilité d'une grille est avant tout de proposer au cours de l'échange un support permettant une vérification rapide de traitement des points essentiels. Sa structuration est pensée pour permettre « aux données produites [d']être confrontées aux hypothèses »[67]. Il s'agit dans le cadre de cette expérimentation de confronter la théorie développée précédemment avec la pratique même des répondants. Le principe premier de cette série d'entretien est de ne pas amoindrir la spontanéité recherchée

67 BLANCHET, Alain et GOTMAN, Anne. *L'enquête et ses méthodes: l'entretien*

en enfermant les interventions de l'enquêteur dans un carcan de questions pré-établies destinées à n'être que gauchement modifiées dans la forme d'un entretien à l'autre. La formulation de questions représente un risque d'orientation trop précise ou latente induisant des réponses partielles car n'intégrant pas la prise en compte de points involontairement laissés dans l'ombre. De plus, l'effort démontré précédemment pour ne pas transformer l'entretien en série d'interrogation proscrit toute initiative de cette sorte. Aux questions sont donc préférés une grille de grands domaines à aborder répondant chacun aux besoins d'une des trois hypothèses, directement ou par recoupement. Pour ce faire, ces domaines sont subdivisés en thématiques qui seront abordées sous des axes de discussions pensés comme pertinents pour répondre à l'attente de l'enquêteur.

La grille a donc d'abord été structurée en trois points. Le premier concerne la connaissance même des outils et services de l'écosystème *Google,* et d'une éventuelle conscience d'enjeux sous-jacents à leur exploitation. Afin d'en prendre la mesure, les deux facettes déterminant le périmètre recherché sont pour résumer de manière imagée la connaissance du fond et de la forme de chaque outil, n'en induisant pas pour autant une nécessaire exploitation. Les axes pour aborder cela sont donc d'une part la théorie et/ou pratique relatives aux fonctionnalités de ces outils, ainsi que la pratique de comparatifs avec d'autres services existants afin de déterminer de l'exclusivité ou non de ces fonctionnalités pour les seuls services *Google*. Le second axe visant à éprouver la connaissance non pas des outils en eux mêmes mais de ce qu'ils induisent sur la société de l'information ou sur le traitement de l'information en général se base sur la détermination au cours de l'échange d'une attitude volontaire ou non de prise d'information sur le sujet à travers une veille ou des lectures. C'est par cet axe que peut émerger explicitement une connaissance des possibles enjeux liés à l'utilisation de ces services.

Le second point à aborder lors de l'entretien consiste à déterminer les motivations d'emploi, de non emploi ou de changements d'emploi de ces services, en vue d'un croisement avec les données recueillies au cours des interrogations sur le premier point. Les axes exploités relèvent alors d'une part d'une mise en évidence ou non d'éléments tels que – non exhaustivement – l'ancrage dans les pratiques, la familiarité à l'outil, le caractère prescriptif d'utilisation lié à un phénomène social ou encore la légitimité de l'utilisation sous des considérations objectives et/ou pragmatiques. Un autre axe à rapprocher – quoique non

exclusivement – du non-usage ou du changement porte sur une recherche d'évaluation des connaissances sur les autres services d'offres similaires disponibles, ainsi que de stratégies de remédiation ou de contournements de particularités propres aux outils. L'éventuelle différence de traitement de ces services induite par ce type de connaissance serait alors à recouper avec les premières données relevées à l'issu du dépouillement du questionnaire. Elle serait également à corréler avec le type de représentation générée par le répondant à l'égard de *Google* et de son écosystème de service pour déterminer de l'influence que cela peut avoir sur ces choix.

Le troisième point, de cette grille, consiste à approfondir l'exercice visant à faire ressortir un premier système de représentation chez l'individu, à savoir donner les éléments permettant de déterminer les facteurs d'influence pesant sur la construction de cette représentation. Identifier ces facteurs revient à identifier la manière avec laquelle l'information, fiable ou non, lui est parvenue afin qu'il se construise – quelle qu'elle soit – sa propre base de connaissance suffisante pour induire une représentation individuelle ou sociale du fait envisagé. Les axes de traitement de la question sont alors de déterminer les éléments favorisant ce recueil d'information sous deux angles. Il peut être soit actif par le biais d'assimilation volontaire d'informations, quelque soit le médium, dont la nature idéologique, politique, sociale ou scientifique doit idéalement être précisée. Il peut également être passif, par une perméabilité au discours de ses pairs ou a des formes d'affirmations publiques face auxquelles l'individu est « captif », que ce soit la perception d'un dialogue, une affiche engagée, un grand titre d'émission TV ou de la Presse.

II.3.4 Conduite d'entretiens

Premièrement, différentes particularités impactant sur la conduite des entretiens sont ici à définir. Tout d'abord, les individus de l'échantillon considéré sont tous familiers et en bons rapports avec l'enquêteur du fait d'un travail commun en milieu professionnel et d'interactions quotidiennes. En outre, cela permet une observation partielle informelle de ces derniers quant à l'objet analysé – utilisations d'outils, pratiques informationnelles, réactions et opinions – ouvrant alors sur la possibilité de pointer certains faits au cours de l'entretien ayant pu être oubliés ou non mentionnés, y compris dans le questionnaire. Mais la plus grande exploitation de cette familiarité réside dans la nature même de l'échange et

conséquemment dans une ouverture plus volontaire et spontanée au dévoilement de soi. Conserver cette familiarité avec le répondant n'est pas incompatible avec les préconisations sur la relation avec l'interviewé : sans être marquée, une distanciation suffisante sur le contrôle des propos est toujours applicable, de même que les principes d'acceptation de ceux du répondant, quels qu'ils soient. Sans être désinvolte ou outrancière, l'attitude adoptée se veut naturelle sans sur exploitation de terminologies universitaires renvoyant trop à la nature de l'exercice pour privilégier un ressenti de discussion et d'échange et non rentrer dans le processus de domination inévitablement inscrit dans la division du travail d'interrogation.

Une part des finalités de l'entretien étant d'obtenir une base d'estimation de connaissances des enquêtés, il convient de considérer un fait plus sensible pour la moitié de ces derniers. La présente expérimentation est destinée à être rapportée auprès de tout ou partie des responsables du master documentation dont quatre individus sont issus. D'une certaine manière, l'enquêteur n'y est dans ce cas perçu par l'individu que comme un intermédiaire entre lui même et d'anciennes figures évaluatrices, en témoignent certaines réactions à la première prise de contact pour requérir leur participation à l'enquête[68]. Bien qu'ayant l'assurance d'une anonymisation de toutes les réponses enregistrées et retranscrites, un des aspects nécessaires à la bonne conduite de l'entretien tient donc dans une mise en condition permettant d'exclure cette appréhension, particularité s'ajoutant donc aux pré-requis plus traditionnel pour un même exercice.

Cette mise en condition passe donc par plusieurs facteurs relevant d'une part du contexte dans lequel de déroule l'entretien, et de l'autre, de la manière d'appliquer la forme hybride choisie de l'entretien. Le choix du lieu peut sembler anecdotique, mais toujours dans la continuité de cette volonté de favoriser l'échange et la prise de confiance du répondant en amenuisant le sentiment d'évaluation et d'interrogatoire, il a été décidé d'appliquer les entretiens dans chaque bureau personnel propre à chaque répondant. Ce dernier restant alors dans un environnement familier pour aborder une situation ne lui étant pas obligatoirement familière. Certes, l'aspect formel de l'entretien en ressort sensiblement atténué, mais il s'agit d'adopter une mesure non opposée, complémentaire et conciliante

68 Réactions traduisant dans une alternance de relative bonhomie et d'anxiété l'idée d'une éventuelle déception au vu du contraste entre leurs pratiques actuelles et les enseignements qu'ils ont suivi en formation initiale, notamment en master information-documentation dans lequel des enseignements dédiés à ces questions étaient présents – l'idée d'évaluation étant alors sous-jacente.

avec la caractéristique de familiarité entre les deux interlocuteurs déjà pré-établie car difficilement altérable, pour tirer de cette situation le plus d'atouts possibles.

Exploiter les deux facettes adoptées pour l'entretien, à savoir une forme non directive et semi directive a permis d'instaurer dans la plupart des cas un climat de réflexion pouvant être qualifié d'introspectif avec la première question ouverte éprouvant la représentation de *Google* par le répondant. Du choix de l'enquêteur, le rôle du silence, souvent exploité en non-directif a toutefois été limité afin de ne pas instaurer un certain malaise face à une attente pouvant être interprétée comme de l'insatisfaction vis à vis de la réponse, ce qui se serait avéré contre productif au vu de l'effort fourni visant à instaurer un climat de dévoilement et de confiance. De fait, la liberté accordée à la première question ouverte s'est retrouvée exploitée par la suite par le répondant alors même que l'échange s'intégrait dans un cadre semi-directif. Cette liberté, refrénée si nécessaire dans le cas de digression hors sujet, a ainsi permis la mise en évidence notamment d'association d'idées apportant presque systématiquement un élément informatif utile à la suite ou à l'analyse finale de l'échange. La structuration même de l'entretien et son fil logique de progression s'en retrouve alors altéré positivement car bénéficiant du dynamisme ainsi généré par le répondant, avec de simples interventions orientant ce qui s'apparente alors à une discussion implicitement maîtrisée et quadrillée.

Troisième partie

III Analyse de la relation usage / représentation

III.1 Appropriation de l'écosystème et fondements de réalité objectivée

Le présent axe de réflexion porte sur l'analyse des résultats de l'enquête permettant le traitement des hypothèses 1 et 2. Il s'agit en l'occurrence de relever les usages effectifs des services issus de l'écosystème *Google* au sein de l'échantillon interrogé afin d'en faire ressortir des tendances affirmées d'usages et des profils d'usagers.

Il s'agit ensuite de faire ressortir les principaux vecteurs d'appropriation de ces services par l'usager. Dans ce premier axe, sont alors considérées parmi ces derniers les connaissances à la base de la justification de ces usages, les dictant.

III.1.1 Typologie des usages, tendances, profils d'utilisateurs

Au vu des réponses obtenues dans le questionnaire et en complément de celles y étant oubliées par les répondants mais qui apparaissent ensuite dans les entretiens, il est possible de déterminer et circonscrire plus précisément le périmètre des services considérés et employés.

Circonscription du périmètre d'utilisations de services *Google*

Première constatation, malgré une population s'inscrivant dans un cadre technique d'ingénierie documentaire, seuls les services et applications pouvant être qualifiés de « grand public » sont employés, à savoir les plus connus[69]. Il est intéressant de noter l'absence d'outils dont l'exploitation présenterait un intérêt certain pour toute activité ayant trait ne serait-ce qu'à des recherches terminologiques sans même inclure la gestion de services sur sites web. Par exemple, dans le cadre d'implémentations de thésaurus et de

69 A savoir : moteur de recherche Google, messagerie Gmail, Chrome, Android, Google Drive et Google Docs, Google+, Google Actualités et Google Alertes

réactualisation de ce dernier concernant les valeurs lexicales rattachées aux concepts s'y trouvant : une des interrogations à la base de toute intégration est d'évaluer la pertinence d'un terme en tant que terme préférentiel choisi parmi un corpus de plusieurs termes candidats et sensiblement équivalents, et outre les relations hiérarchiques, déterminer quelles seraient les relations associatives les plus adéquates. Dans ce seul cadre, trois outils accessibles et gratuits de l'écosystème *Google* au sens non circonscrit comme présentement existent. *Google Trends*, fournit une potentielle liste de termes candidats, *Ngram viewer* permet de déterminer certes non sans limites quelle formulation de terme privilégier ou tout du moins la désuétude d'un terme, et avec plus de réserves, *Google correlate* peut toutefois appuyer toute démarche de réflexion portant essentiellement sur les relations associatives[70] [71] [72]. Ensuite, de nombreux projets et services en création au sein de la DIDFP sont destinés à être mis à disposition d'un public par un site web. Si les professionnels affiliés à la tâche de *webmaster* sont les plus à même d'effectuer les mesures d'audience de ces sites, le documentaliste chargé d'en éditer le contenu peut, lui, évaluer la pertinence de son travail ou de la médiation et/ou communication et/ou référencement faits autour de l'outil par une exploitation complémentaire de *Google analytics*.

Cela dénote alors déjà deux pistes de réflexions ou profils de non usagers à confirmer par recoupement avec les autres analyses : un premier profil de répondants ayant connaissance de ces outils mais ne les employant pas, et un autre profil de répondants n'en ayant pas connaissance.

Dans tous les cas, concernant les usages effectifs de services *Google*, les éléments recueillis après questionnaire sont synthétisés dans le tableau suivant en tenant compte de la proportion d'usages au sein de l'échantillon, avec les mentions de cadre d'usage, privé et professionnel, accompagnées de précisions en cas d'arrêt d'utilisation d'un service.

---

70 *Google trends* est un outil issu de l'écosystème Google permettant l'analyse d'occurrences en un temps donné ainsi que celle de leurs évolutions sur un laps de temps voulu depuis 2004. https://www.google.fr/trends/

71 *Google Ngram Viewer* permet notamment l'analyse comparative d'emploi de concepts dans l'ensemble des sources traitées dans *Google Books,* ce qui présente un limite de représentativité d'emplois mais donne tout de même une indication non négligeable de formulation de concepts, complexes ou non, privilégiées dans le temps jusqu'en 2008. D'où son utilité pour la remise à jour de concepts datant de plusieurs années. https://books.google.com/ngrams

72 *Google correlate* permet de donner une base de corrélations à analyser entre un mot clé et les requêtes affichant le même volume de recherche. http://www.google.com/trends/correlate/tutorial

Tableau 1 : Parts et cadres d'usages de service *Google* au sein des répondants

	Individus utilisant ce service	Utilisation dans un cadre privé	Utilisation dans un cadre professionnel	Arrêt d'utilisation et service de remplacement
Google moteur de recherche	8/8	8/8	8/8	
Gmail	6/8	6/6	0/6	
Chrome	4/8	2/4	2/4	2/8 (Firefox)
Drive (cloud)	3/8	2/3	3/3	
Drive (Docs)	2/8	1/2	2/2	
Android	2/8	2/2	0/2	
Google Actualités	1/8	1/1	1/1	1/8 (Twitter)
Google alertes	0/8			1/8 (Twitter)
Google agenda	0/8			1/8 (Outlook)
Google+	3/8	~3/3		

En premier lieu, il convient de remarquer que la totalité de l'échantillon de population exploite sans distinction de cadre l'outil de l'écosystème le plus populaire en France, à savoir le moteur de recherche *Google*[73]. Parmi ces individus, seuls deux ont employé un autre moteur antérieurement à cette utilisation actuelle. Ces moteurs étaient *Yahoo* pour l'un, et *Yahoo, Exalead, Copernic* pour l'autre. Cela met en évidence une utilisation exclusive du moteur de recherche pour les six autres, quel que ce soit le contexte d'utilisation ou temporellement, depuis les premières années de mise en service du moteur[74]. Un élément de motivation de changement est également à déterminer chez les deux premiers individus.

73 Cf. enquête *Baromètre des moteurs de recherche en France* évoquée dans le présent document dans la partie *Formulation des hypothèses* (II.1.2)

74 Il semble plausible d'estimer que d'autres moteurs ont peut être été exploités par le passé, mais une telle réponse, unique, témoigne d'un ancrage tel que cette exclusivité d'emploi paraît les occulter et se légitimer aux yeux des répondants.

Le service de messagerie *Gmail* est employé dans 6 cas sur 8, cette fois ci à des fins exclusivement privées. A noter que pour trois d'entre eux, la création de ce compte *Gmail* a entraîné celle d'un compte *Google+*. Ce cas de figure représente la totalité des utilisateurs de *Google+* mis en évidence au cours de l'enquête[75].

Outre Android et Chrome rencontrant une exploitation partielle, respectivement du quart et de la moitié des répondants, il est intéressant de noter l'exploitation de Google Drive du point de vue du stockage de données professionnelles pour chacun des trois cas d'emploi du service, point d'intérêt amené à être traité dans la réflexion sur les représentations. Enfin, un usage de Google actualités dans un cadre professionnel de veille ressort de l'enquête.

Un dernier point sur la compilation de ces résultats porte sur les arrêts d'utilisation de services Google. En sus de deux abandons d'exploitation de *Chrome,* sont constatés un arrêt d'exploitation des outils de veille et de planification. Cerner ces faits permet alors une analyse des motivations de changement, et par la suite d'infirmer ou de confirmer si ces dernières sont dictées par le poids de représentations de l'écosystème *Google* changeantes au fil du temps.

Tendances d'utilisations

La « sociologie des tendances » regroupe plusieurs approches différentes de la notion de tendance ne serait-ce que du fait de la polysémie du terme. Sont ici considérées deux types de tendances, à savoir les tendances fonctionnelles rassemblant les choix dictés par des évolutions économiques, réglementaires, technologiques, et les tendances non fonctionnelles représentant ici des usages pouvant s'expliquer par une représentation initiale régie par une construction de réalité subjectivée[76].

Hormis les cas de Gmail et Chrome, une relative porosité des frontières entre usages privés et professionnels est tout d'abord constatable. La compréhension d'un tel type d'usage concernant un outil comme le moteur de recherche n'est en rien difficile au vu de son

75 Sur ces trois personnes, deux affirment posséder un tel compte mais « sans trop l'utiliser » ou en le considérant comme « bidon(...) », ce qui ne témoigne pas d'un non usage mais explique une certaine réserve dans le tableau 1 exprimé par le signe « ~ » Cf. Annexe entretiens : respectivement les entretiens 1 et 4.

76 ERNER, Guillaume. *Sociologie des tendances*

ancrage dans les pratiques quotidiennes comme présenté précédemment[77]. Mais il est intéressant de noter dans deux cas sur trois l'exploitation du *Drive* comme espace de stockage de productions professionnelles via un compte *Google* initialement privé[78]. Au vu du périmètre réduit de services *Google* employés, l'analyse des exploitations de *Google Drive* demeure l'un des rares éléments permettant la mise en évidence d'une tendance à une séparation des usages déterminée par le cadre d'utilisation. Dans le cas présent, et de manière entendue, cette séparation n'est volontairement pas appliquée bien que l'alternative de créer un compte différent et restreint au cadre professionnel est envisageable comme l'atteste l'initiative du troisième répondant concerné[79]. Dans les deux premiers cas, sans ici traiter l'aspect problématique de sécurisation des données professionnelles, cette forme de confiance et d'acceptation de mise sur serveurs externes de ce type de données est alors un autre élément à analyser sous l'angle des représentations et motivations d'emploi.

Une attention portée sur les arrêts d'exploitation de services *Google* représente également un axe de détermination d'éventuelles tendances d'usages à corréler ultérieurement avec une approche du façonnage des représentations via l'influence notamment de l'actualité concernant *Google*. De rares cas sont reportés ne concernant que le navigateur web pour deux des répondants, ainsi que les deux modalités de veille proposées, *Alertes* et *Actualités* et l'outil organisationnel *Agenda*. Ces trois derniers cas relèvent de la même personne s'avérant être l'individu exploitant le plus les services de l'écosystème considéré, ce qui amoindrit la valeur de ces changements dans les corrélations envisagées. Dans le même ordre d'idée, les deux changements vis à vis de *Chrome* relèvent d'individus continuant tous deux d'exploiter leurs comptes *Google.* L'arrêt d'emploi d'outils comme *Actualités* ou *Alertes* trouve sa source dans la seule constatation d'une plus grande satisfaction avec *Twitter*[80]*. Agenda* n'est plus utilisé du fait qu'il s'agissait d'un service initialement destiné à une utilisation personnelle appliquée en milieu professionnel, remplacé dès lors que l'employeur a mis à disposition un outil organisationnel professionnel[81]. *Chrome* quant à lui n'est plus privilégié du fait d'un défaut d'interopérabilité avec un outil important développé par le

77 Cf. Première partie (I.1.3)

78 Attesté par les déclarations suivantes : « mon compte Google, j'en ai qu'un et c'était plus au départ un compte perso » (entretien 3), « on utilise un Drive (…) avec mon compte gmail » (entretien 2)

79 « j'utilise Drive parce qu'en groupe [de travail] on a pensé que ça serait bien, alors on s'en est fait un » (répondant 1 de l'entretien 7)

80 Cf. Annexes : entretien 1

81 Ibid.

réseau Canopé. Ces changements ne sont donc que le résultat d'une prescription contextuelle et professionnelle.

Il ne ressort donc pas, au sein de cet échantillon, de tendances d'usages suffisamment marquées pour déterminer des positionnements, précautions ou tout du moins différenciations d'emplois de services suivant un cadre contextuel ou temporel. Néanmoins, une tendance généralisée à l'usage du moteur de recherche est elle clairement relevable. Enfin les résultats permettent toutefois l'identification de profils d'usagers.

Profils d'usagers

La mise en parallèle des usages de chaque individu enquêté par questionnaire permet de déterminer une première base de profils d'usagers une fois posés les résultats suivants dans le tableau 2[82].

82 A noter que l'ordre de traitement des enquêtés est le même que celui des entretiens en annexe. Pour le cas du sixième entretien, l'usager 6 est l'interviewé « 1 » et l'usager 7, le « 2 ».

Tableau 2 : répartition par répondant des usages relevés des services Google

	Usager 1	Usager 2	Usager 3	Usager 4	Usager 5	Usager 6	Usager 7	Usager 8
Google	√	√	√	√	√	√	√	√
Gmail	√	√	√		√	√		√
Chrome	√	√			*Plus utilisé*	√	√	*Plus utilisé*
Drive (cloud)	√				√	√		
Drive (Docs)	√				√			
Google Actualité	*Plus utilisé*			√				
Google Alertes	*Plus utilisé*							
Google agenda	*Plus utilisé*							
Google+	√	√						√
Android			√			√		

Du tableau 2, se distingue très précisément un contraste évident entre l'usager 1 et ses pairs du fait d'une exploitation généralisée, tout du moins par le passé, de la quasi totalité des services formant le périmètre précédemment circonscrit de l'écosystème *Google,* et ce tant dans la sphère privée que professionnelle[83].

Les usagers 2,3,4,7,8 eux font montre d'une exploitation effective de trois services maximums, quatre en incluant l'OS de leurs mobiles personnels. Parmi ces services, seuls le moteur de recherche, *Google Actualités,* et Chrome font l'objet d'un usage s'inscrivant dans des pratiques professionnelles[84].

83 Cf. Annexe XXX : résultats du questionnaire
84 Ibid.

Enfin, les usagers 5 et 6 présentent dans leurs usages des similitudes, certes dans une exploitation de l'écosystème moins avancée, avec l'usager 1 à travers l'emploi dans la sphère professionnelle des fonctionnalités de *Google Drive.*

De fait, deux types de profils se distinguent. Le premier induit, exception faite pour *Gmail* employé à des fins considérées comme privées, une exploitation commune d'outils pouvant être vue comme le fruit d'un glissement de pratiques issues de la sphère privée vers la sphère professionnelle, en témoigne l'exclusivité d'usage dans le temps du principal moteur de recherche de *Google* observable pour les individus 2,3,4,5,7 et 8[85]. Le second regroupe les individus globalement sujets au même glissement mais privilégiant une exploitation concrète de la polyvalence de fonctionnalités offertes par l'écosystème circonscrit dans une considération de spectre plus restreint dit « grand public ».

Une première approche sur la constatation d'usages des services issus de l'écosystème *Google* auprès de cet échantillon de professionnels de l'information documentation met donc en évidence deux réalités : au vu du peu d'arrêt de recours à des services *Google* dans le temps et d'un usage généralisé de son outil premier, il n'y a pas de positionnement clairement affirmé dans leurs usages allant contre une utilisation des services *Google* et ce malgré les débats animant ou ayant animé la communauté professionnelle[86]. Cependant, il n'y a pas non plus de témoignage par les usages d'une volonté d'exploitation concrète d'un ensemble de ces services proposés pourtant adéquats aux pratiques professionnelles recensées tout au long de ce document, outre peut être le cas de l'usager 1.

Il convient donc d'approfondir la question par l'analyse au travers des entretiens des motivations sur les usages ou non usages avérés de la plupart de ces services. Ces dernières ressortent notamment par l'étude de la base de connaissances acquise par l'enquêté sur le sujet, qui sous l'angle de construction de représentation via une approche de réalité objectivée, est considérée comme étant le facteur déterminant les usages.

85 Ibid.

86 Cf. première partie du document (I.3)

III.1.2 Degré et processus d'acquisitions des connaissances

A travers cet axe d'analyse, il s'agit avant tout de faire ressortir les éléments permettant d'éprouver la seconde hypothèse : au sein de cet écosystème, le professionnel de l'information documentation cherche-t-i l à disposer d'une base de connaissance globale sur ce qu'il utilise ? Cela induit en premier lieu une évaluation à travers leurs affirmations et usages du degré de connaissance tant des outils en eux même, que de l'écosystème, de leurs facettes et enjeux, mais aussi du panel d'alternatives au sein d'offres de services similaires hors du périmètre Google. Il s'agit ensuite de déterminer les processus d'acquisition de cette connaissance permettant de dissocier les processus concrets à travers une recherche d'information ou des expériences volontaires, empiriques ou non, et les processus relevant plus d'un imaginaire à la base d'une représentation peu argumentée, renvoyant au traitement ultérieur de l'hypothèse 3.

Connaissances et consciences affirmées

Tenter d'évaluer par un simple entretien le degré de connaissance d'une personne sur un sujet est une aspiration pour le moins périlleuse et peu recevable. Quelle que soit la conduite d'entretien, nul ne peut affirmer avoir écarté ne serait-ce que toute omission volontaire ou non de la part de l'enquêté, biaisant alors la restitution d'un réel état de faits. Cependant, dans le cas présent, il ne s'agit non pas d'en faire une évaluation réelle mais simplement de vérifier si des notions de bases émergent dans les discours ou viennent spontanément au cours d'un développement de réflexion du répondant. Cette spontanéité intervenant dans le caractère affirmatif de ce dernier peut alors représenter une plus grande garantie d'une réelle connaissance sur le sujet. Il convient alors plus de faire remonter par ces entretiens une conscience de faits appuyée par des éléments concrets, rentrant dans le cadre d'observations, expériences ou de recueil d'informations.

Les domaines sujet à cette aspiration portent essentiellement sur une considération réductrice ou non de l'écosystème, la conscience de l'interconnexion de services, le poids des données, ou encore le fonctionnement basique du moteur de recherche et de ses modalités de propositions de résultats. Il s'agit aussi de faire ressortir tout élément de conscience

pragmatique, personnelle ou professionnelle, quant aux conséquences sur les métiers de l'information documentation.

A la lecture des entretiens, une première constatation vient confirmer le questionnement relatif à une interconnexion concrète, un lien entre tous les services Google considérés : « tout est lié, c'est un ensemble en somme »[87]. Dans leurs propos, tous semblent au fait de ce lien avec toutefois des degrés de compréhension variables et une appréhension floue du principe de compte Google et de ses finalités[88]. Il est également intéressant de noter que dans les informations recueillies, la quasi unanimité des enquêtés témoignent de leur conscience de ce fait écosystémique de « services associés », « multicanal [et] multitâche », « un système qui propose un tout », « TOUS les services »[89]. Cependant, cet écosystème est vite réduit à l'ensemble de services grand public déjà délimité. Ne concluant certainement pas que ceux ne s'étant pas avancés sur de plus obscurs outils n'en aient pas connaissance, il convient néanmoins de noter que seul un individu a déclaré avoir fait montre d'un intérêt de découverte de ces derniers[90]. Bien que le but des entretiens n'était pas d'obtenir un corpus exhaustif des différents services Google auprès de chacun des répondants, le plus souvent, Google et son écosystème n'induisait qu'un traitement dans les réponses résolument orienté vers une approche moteur de recherche, puis Gmail et Drive.

Il ressort également une mention systématique de l'exploitation des données. Cette dernière est traitée dans le principe de rendu de services ciblé, à travers une orientation des suggestions de résultats de recherche, ou de l'affichage publicitaire en lien avec le contenu de mails[91]. Ce dernier cas fait la transition vers un autre type d'exploitation envisagé, à la base d'un modèle d'économie de l'information, qualifiée de « logique marchande » basée sur le fait que « l'information a un coût, que c'est quelque chose qui devient extrêmement précieux »[92].

La tentative d'approche du degré de connaissance des outils employés, ici dans un cadre professionnel, ne concerne pas tant la connaissance effective des fonctionnalités les plus

87 Cf. Annexes : Entretien 7
88 Cf. Annexes : Entretien 3, et les questionnements sur le ciblage et l'identification de l'usager en rapport aux services utilisés.
89 Cf. Annexes : Entretiens 2,1,7 6
90 Cf. Annexes : Entretiens 1, notamment sur le suivi un temps de Google Labs (1)
91 Cf. Annexes : Entretien 6 « si tu penses à gmail, rien que des mots clés de travaux ou d'achats de maison, et tu auras une pub casto ou banque pop pour des prêts ».
92 Cf. Annexes : entretien 1

rarement employées, mais consiste plutôt dans l'action de discerner au sein des discours les perceptions des enjeux sur la société de l'information et les métiers de l'information documentation. Ces derniers évoqués sont une approche commune de la part de *Google* et des documentalistes de volonté de structuration de l'information, notamment à travers les utilisations de microdonnées et la contribution à *schema.org*[93]. Un autre enjeux avancé, intrinsèquement lié à la complémentarité de profilage d'utilisateur avec la recherche d'information sur *Google,* porte sur la simplification des pratiques informationnelles chez les usagers au sens global du terme[94], et une perte d'accès à une information utile par amoindrissement du principe de sérendipité[95].

Enfin, la connaissance d'un outil étant la condition la plus évidente à son utilisation puis au développement d'un usage, il est important d'évaluer la considération affichée par les répondants envers des éventuels outils proposant une alternative à ceux de l'écosystème Google. Il ne s'agit pas là d'avoir simplement connaissance d'autres services, mais d'avoir assimilé suffisamment d'informations pour pouvoir déterminer une préférence objective dans leurs choix. *Bing, Yahoo* et *Exalead* sont les seuls outils à disposition plusieurs fois évoqués par questionnaire ou entretiens, à la différence de *Copernic* n'ayant été considéré qu'une fois. Dans tous les cas, le constat reste sans appel : « il n'y a pas d'alternatives intéressantes »[96].

Processus d'acquisition de connaissances

Les motivations d'usages à la base d'une réalité objectivée apparaissent comme étant le fruit et la conjonction de deux approches : la constitution d'une base de connaissance par empirisme, et une autre par analyse des besoins préalable à toute utilisation.

Une démarche empirique de détermination des motivations d'usages est avérée dans tous les cas : témoignages sur la simplicité et l'ergonomie valable pour l'ensemble des services, et sur la rapidité, l'efficacité, la pertinence relative au moteur de recherche sont chez tous les

93 Cf. Annexes : entretiens 1 et 7

94 Cf. Annexes : entretien 3 notamment, pointant sur le problème que cela engendre en cas de changement d'outil, nécessitant alors l'intervention de documentalistes pour atténuer l'écart entre les types d'usages attendus

95 Cf. Annexes : entretien 4

96 Citation tirée de l'entretien 4 résumant la conclusion globale émise dans les entretiens, sauf entretiens 1 et 7

répondants autant de faits éprouvés par la pratique. Une appropriation cognitive aisée et une satisfaction quant aux finalités attendues déterminent alors un usage pouvant être qualifié de pragmatique. C'est ainsi qu'au manque ressenti d'information et de connaissances sur les caractéristiques algorithmiques du moteur, est rétorqué pragmatiquement que la seule pertinence des résultats justifie l'usage[97]. De même l'arrêt d'emploi d'outils comme *Actualités* ou *Alertes* trouve sa source dans la constatation d'une plus grande satisfaction avec *Twitter*[98]. A travers les motivations de gratuité, de recherche d'interopérabilité, de mutualisation et de centralisation de ressources, ressort ici aussi une démarche tout autant logique, dictée par une connaissance initiale des particularités de services Google comme le *Drive*[99].

En définitive, les processus d'acquisition de connaissances à la base d'un usage des services de l'écosystème *Google* sont ici le fruit d'une démarche pragmatique, basée sur des méthodes empiriques et d'analyse des besoins[100]. Cette connaissance retirée de ces expériences et analyses est le fondement de la construction d'une représentation alors objectivée en ce sens que la détermination de ces motivations basée sur l'apprentissage et l'expérience ont réellement dicté ces usages s'insérant dans les pratiques professionnelles de l'échantillon enquêté. Par ces éléments sont mis en évidence une première base effective d'explication des répercussions des représentations de l'écosystème de service Google dans les pratiques professionnelles de ces spécialistes de l'information documentation.

A noter l'intérêt, dans la présente analyse d'usages, de mettre en parallèle les connaissances des services de l'écosystème Google avec celles de services d'acteurs tiers : comme précisé précédemment, au cours des entretiens ressort l'idée, essentiellement pour le moteur de recherche mais également valable pour tous les autres services ici envisagés, qu'il n'y a pas d'alternatives intéressantes en dehors de ce que propose *Google*[101]. Les services proposés par *Framasoft* en sont pourtant un exemple, ou encore pour le seul aspect moteur de recherche, *Ixquick* ou *Duck Duck Go*, néanmoins cités, sans même mentionner *Startpage* ou

97 Cf. Annexes : entretien 1

98 Ibid.

99 Cf. Annexes : entretiens 1,5,6 et l'utilisation du *Drive* dans l'optique à priori d'avoir accès à un outil de partage de ressources et de travail collaboratif.

100 A noter que la concordance d'intérêts entre ceux des professionnels de l'information et ceux de *Google* dans le cas de la structuration de l'information justifie selon le même principe l'exploitation de *schema.org*, mais ce dernier n'est pas inclus dans le périmètre de la présente analyse.

101 Cf. Annexes : entretiens 1,2,3,4,5,6

Qwant[102] [103]. Leurs particularités remplissent pourtant un axe de remédiation à leurs appréhensions affirmées de l'exploitation de données personnelles et du principe de *tracking*[104]. Ils ne réduisent pas non plus dans une moindre mesure le principe de sérendipité ou de restriction d'accès à l'information critiqué pour Google parmi les répondant[105]. Du point de vue opposé et approuvé par les trois autres répondants, la non utilisation de ces alternatives se comprend du fait que l'exploitation des données représente « des côtés utiles » renvoyant directement à la pertinence par ciblage qu'ils recherchent chez *Google*[106]. Dans tous les cas, la non énumération de ces alternatives-ci malgré les relances en entretiens et au vu de la réponse qu'ils pourraient offrir à au moins cinq des huit enquêtés témoigne d'une relative méconnaissance de ces dernières.

De fait, s'il est démontré précédemment que le professionnel de l'information documentation, dans le cas de l'échantillon de population étudié, cherche effectivement à un degré variable à disposer d'une base de connaissance globale sur ce qu'il utilise au sein de cet écosystème, il n'en est pas de même sur ce qu'il *pourrait* utiliser. De la méconnaissance d'options alternatives pourtant adéquates selon la volonté d'au moins cinq d'entre eux, est dictée une utilisation vers le plus connu[107]. Cette méconnaissance sous-tend un axe de réflexion orienté sur l'importance du rayonnement communicationnel de *Google* induisant une conception de cet écosystème comme un quasi paradigme d'offres de services liés au traitement de l'information : « [Google] c'est TOUS les outils »[108]. Il s'agit alors là de l'influence d'une perception et de représentations cette fois ci subjectivées plus que d'un savoir propre, influence à la base également de développement d'utilisations puis d'usages de services *Google*. C'est pourquoi il convient de poser un deuxième grand axe de réflexion sur l'analyse de cette réalité subjectivée et son éventuelle complémentarité avec la réalité

---

102 *Framasoft*, propose un ensemble d'outils globalement similaire dans les finalités à ce qui est considéré dans ce périmètre ci de l'écosystème *Google*.
Ixquick est un métamoteur exploitant notamment *Google* et partage avec l'autre métamoteur *Duck Duck Go* une volonté similaire de respect et de non conservation des données personnelles. Il en va de même du moteur *Qwant* ou encore de *Startpage,* exploitant uniquement *Google* et ne s'en différenciant donc que sur le traitement des données.

103 Cf. Annexes : entretien 3

104 Cf. Annexes : entretiens 1,3,4,6

105 Cf. Annexes : entretien 4

106 Cf. Annexes : entretiens 2,5,7

107 Si motivations réelles de recherche à ce sujet il y avait eu, il fait peu de doutes du fait que trouver ces solutions puisse rentrer dans le cadre de compétences de ce type de professionnels tournées vers la recherche d'information.

108 Cf. Annexes : entretien 6, répondant 1

objectivée mise en avant dans le présent développement, dans la détermination d'usages de services Google au sein de notre population cible.

III.2 Analyse des représentations subjectivées

Comme vu précédemment, les usages des services de l'écosystème *Google* par les professionnels de l'information documentation enquêtés relèvent en partie de motivations objectives justifiées par des acquisitions de connaissances empiriques et analytiques. Mais le choix même de cette base d'expérimentation et d'analyse se définit au moins par une conceptualisation de cet écosystème influencée par des perceptions, projections et appréciations techniques et sociales. Cette conceptualisation reposerait alors sur une deuxième base de connaissance plus théorique et symbolique à la source d'une construction de réalité, de fait subjectivée. Cela induit dans un premier temps la mise en évidence de représentations construites sur une approche de réalité subjectivée et le questionnement de l'existence effective de cette deuxième base de connaissances. Il convient ensuite d'en évaluer les facteurs qui en déterminent la constitution.

III.2.1Corpus de perceptions

Perception d'ensemble

Avant toute autre affirmation, la première représentation de *Google* au sens large ressortant des entretiens concerne son « omniprésence » généralisée dans les usages doublée du paradigme d'un web lui étant indissociable[109]. « Multicanal », « multitâche », un tout « incontournable » : des utilisations de services « comme tout le monde » pour lesquels sont affirmés une représentation non pas d'une communauté d'utilisateurs, mais d'une approximation assumée comme subjective de l'ensemble total des utilisateurs[110]. Il est vu comme indissociable du web, dont l'« hégémonie » du moteur de recherche et son « monopole » en fait « LA fenêtre pour arriver sur Internet », « la première page »[111]. La justification de ces affirmations trouve écho avec les motivations objectives déjà formulées de pertinence et de facilité d'appropriation pour un large public, corrélant donc

109 Cf. Annexes : entretiens 1,3,4,7.

110 Cf. Annexes : entretiens, extraits respectivement des entretiens 1,1,4,5, et 3 : « Gmail, il y a personne qui l'a pas »,

111 Cf. Annexes : entretiens, extraits respectivement des entretiens 1, 1 et 6, 7, 3

pragmatiquement une compréhensible popularité. Mais d'autres représentations plus subjectives basées sur une logique de motivation d'usage par prescription sociale tacite sont également à l'œuvre : « tout le monde l'utilise », « il n'y a pas de fumée sans feu »[112].

Perceptions par induction et réification

Mais ce constat sur ces éléments basé via une impression globale, se double d'une deuxième perception fondant une représentation critique de l'écosystème, où ce caractère incontournable tend à générer l'image d'un « système fermé », à l'« aspect tyrannique » dans la volonté d'« essayer de choisir pour [les usagers] », individus qualifiés non sans cynisme d' « emprisonnés »[113]. Une certaine perception des caractéristiques de cet écosystème renforce alors une idée de jugement de l'acteur *Google* souvent anthropomorphisé par alternance entre une seule entité, « il », et un « ils » d'usage non défini mais se voulant implicitement parlant : « on sait qui ils sont »[114]. Certes bien moins imagées que dans la presse généraliste, la société *Google* se voit alors considérée dans la profession des métiers de l'information documentation et sur les dires d'un répondant comme un « grand méchant loup », ou encore par un autre enquêté, plus personnellement et singulièrement, comme un « petit génie malfaisant »[115]. En outre, cette facette de la société, et intrinsèquement de l'écosystème de services le représentant dans les imaginaires, semble se bâtir sur la représentation, certaines fois floues, que ces professionnels se font de l'exploitation de données, le plus souvent jugées personnelles. La récupération de données est une préoccupation ou problématique soulevée tout au long de ces entretiens. Elle est tacitement considérée par l'ensemble mais génère tout de même de l'étonnement ou de l'incompréhension sur ses modalités de recueil et de fonctionnement[116]. Elle suscite la « méfiance » face à une « récupération à outrance de données » par des procédés « intrusifs » et une réexploitation « perturbante(..) » et de manière « quasi convaincue » comme étant « opaque »[117]. Cette conviction est notamment implicitement assimilée à une représentation d'une conscience collective ou tout du moins professionnelle sur le sujet : « personne n'est dupe », «on savait déjà ce qui se faisait avant [*Prism*]»[118]. La représentation d'un acteur incontournable notamment par la caractéristique

112 Cf. Annexes : entretiens, extraits respectivement des entretiens 5 , 4
113 Cf. Annexes : entretiens, extraits respectivement des entretiens 2,4,4,7
114 Cf. Annexes : entretiens, extraits respectivement des entretiens 3, [1,3,4,5,6], 5
115 Cf. Annexes : entretiens, extraits respectivement des entretiens 1,3
116 Cf. Annexes : entretiens, extraits respectivement des entretiens 2 et 3
117 Cf. Annexes : entretiens, extraits respectivement des entretiens 6,6,2,1,1,1
118 Cf. Annexes : entretiens, extraits respectivement des entretiens 2, 5

perçue ci dessus induit chez certains répondant l'affirmation d'une perception de certains enjeux sur l'information : « ça peut influer (…) sur ce qui se passe sur le net »[119]. Ressortent dans deux cas une mise en avant critique des conséquences sur l'accès à l'information via l'altération des résultats du moteur de recherche corrélée avec un modèle d'exploitation notamment économique des données personnelles[120]. Dans un autre cas, *Google* n'évoque « rien de plus documentaire ou de plus pro : tu me dis *Google*, je vois des lettres de toutes les couleurs qui bougent »[121].

Perceptions émotionnelles

De l'affirmation d'un regard ou positionnement sur un écosystème considéré sous l'angle de la représentation se démarquent plusieurs types de perceptions critiques, positives, négatives mais également relativistes. Tout d'abord ressort une certaine admiration pour l'écosystème et particulièrement son moteur de recherche : son côté « créatif et sympa », son « très grand professionnalisme », le « rectangle un peu magique », « coloré », « rigolo »[122]. Elle se ressent également par l'affirmation d'une réelle affection pour l'écosystème et d'une absence de « psychose sur les données personnelles »[123]. A l'inverse, et relevant pourtant des mêmes répondants, se forme l'image d'une malignité du système *Google* dans l'exploitation de l'utilisateur et d'un aspect « politique / éthique […] pas génial[e] » corrélé avec une collaboration en arrière plan avec des autorités gouvernementales[124]. Le recueil de données et l'interconnexion des services ouvrant sur un plus large dévoilement des caractéristiques et des intérêts de l'utilisateur amène également à la considération que « Google nous connaît peut être aussi bien que nous même on se connaît et ça fait un peu peur vu comme ça »[125]. Une perception critique plus modérée et relativiste est alors discernable notamment à travers un relativisme en premier lieu sur cette forme de diabolisation, « heureusement que Google n'est pas le diable qu'il pourrait être »[126]. Se distingue également un relativisme comparatif, qu'il soit interne à l'écosystème,

119 Cf. Annexes : entretien 2
120 Cf. Annexes : entretiens, extraits respectivement des entretiens 6 et 7 pour les deux facettes, 5 pour la dimension commerciale
121 Cf. Annexes : entretien 4
122 Cf. Annexes : entretiens, extraits respectivement des entretiens 3,6,5,4,3
123 Cf. Annexes : entretien 7, «
124 Cf. Annexes : entretiens 3, et déclarations dans l'entretien 6 : « la NSA qui peut ré exploiter ces choses là (en référence aux données stockées sur les serveurs de la société *Google*) […] c'est pas du fantasme »
125 Cf. Annexes : entretien 1
126 Cf. Annexes : entretien 4

évitant tout manichéisme du « tout noir [ou] tout blanc », ou externe par une mise en évidence des pratiques d'autres acteurs du domaine : « les voisins sont pas forcément mieux de toutes façon »[127].

Ces différentes perceptions façonnent chez chacun des répondants une réalité subjective, le plus souvent non exclusivement basée sur une seule d'entre elles. L'établissement de ces perceptions a mis en évidence un positionnement, quelque fois complexe, de chacun sur le sujet. Si comme vu dans le premier axe d'analyse une approche méthodique et empirique a une influence sur le positionnement de l'individu face à l'outil à posteriori, ce n'est pas là son seul rapport possible à l'objet technique : ce positionnement peut aussi être sujet d'un biais cognitif et affecté par l'influence de connaissances tirées non pragmatiquement mais par perméabilité consentie ou non à une représentation tierce incluse dans une communauté de pratique particulière. Il convient donc de tenter de déterminer et analyser le type de recueil d'informations nourrissant ce domaine de connaissance et caractérisant la construction mentale de ce système ou de ses outils par son antériorité face à son éventuel usage.

III.2.2 Analyse de l'exposition et de l'impact des représentations collectives

Dans une approche de construction de réalités subjective, les perceptions des uns et des autres interagissent pour aboutir à une vision structurée d'un ensemble à un moment particulier, induisant donc une implication collective dans le processus d'acquisition de connaissances. Ce processus peut alors s'appuyer sur un ou plusieurs acteurs et un medium ou plusieurs. La présente analyse permet la prise en considération des médias, de perception d'opinions publiques ou de l'opinion publique mais aussi des communautés de pratiques, ici en l'occurrence les pairs rattachés aux métiers de l'information documentation.

Médias et opinions publiques

Bien que les individus enquêtés soient de profil documentaliste, il ne s'agit pas de conclure hâtivement qu'une veille est obligatoirement le moyen exclusif d'accès à de l'information publiée. Le principe de captation d'éléments périphériques à un point d'intérêt ou celui

127 Cf. Annexes : entretiens, extraits respectivement des entretiens 5 (où le refus de manichéisme se doit à la mise en comparaison d'une participation de Google au développement de technologies open source et la ré exploitation perçue comme douteuse des données personnelles) et 3.

proche de sérendipité est aussi considéré. C'est ainsi qu'une prise de connaissance sur le sujet vient « dans les grandes lignes », notamment à travers « l'orientation de titres sur le net », « dans les infos au moment des scandales » et ne faisant « pas trop l'effort » en ce qui concerne un des individus[128]. Deux individus font toutefois montre d'un suivi volontaire d'informations ciblées, directement sur des particularités de services *Google* ou sur un domaine dans lequel ils représentent un enjeux : à travers le suivi de « listes de diffusions qui sont ciblées » englobant *Google* sur le droit, les réactions de professionnels, ou la société de l'information, ou à travers un abonnement aux flux de médias spécialisés comme *Abondance*[129].

Des entretiens ressort grandement le poids des inductions dans une forme de distanciation critique à propos de types de médias ou d'expressions publiques : « l'alarmisme, c'est plutôt le discours des grands médias qui font un peu plus de *bashing* », « ils enfoncent un peu des portes ouvertes »[130]. Les opinions personnelles ou collectives via réseaux sociaux sont aussi décriées, « des fois y a pas de fond mais ça suit un mouvement, pour / contre, certains savent même pas pourquoi »[131]. La subjectivité de cette représentation pensée comme collective induisant un positionnement sans argumentation se retrouve également dans la désignation d'un phénomène de mode plus que d'une réflexion propre, « les gens d'un coup vont plus vouloir utiliser Google et vont vouloir utiliser un autre truc mais auront toujours pas compris pourquoi ils utiliseront plus Google. C'est à dire que la question en fin de compte « pourquoi Google c'est le mal ? Ah bah parce que c'est le Mal » »[132].

Enfin, l'un des répondant fait montre d'un désintérêt total pour l'objet : « moi ça ne m'intéresse absolument pas »[133]. Si ce dernier ne va pas vers l'information ici ciblée autrement que par sérendipité alors qu'il témoigne d'une perception critique sur des considérations dépassant la seule expérimentation, une mise à la connaissance du sujet par les pairs est alors envisageable, par l'action notamment de ceux « [donnant] régulièrement les infos [sur la « doc »] aux collègues qui sont dans la maison »[134].

---

128 Cf. Annexes : entretiens, extraits respectivement des entretiens 2,3,6,3
129 Cf. Annexes : entretiens, extraits respectivement des entretiens 6 et 7 : « je garde contact avec ce monde là globalement (note : référence à la SEO) »
130 Cf. Annexes : entretien 5
131 Cf. Annexes : entretien 7
132 Cf. Annexes : entretien 4
133 Cf. Annexes : entretien 6
134 Cf. Annexes : entretien 6

Communauté de pratique comme structure sociale de connaissance

L'acquisition d'informations au sein de ces professionnels ne passe « pas exclusivement à travers [leurs] veilles »[135]. L'évocation de sujets englobant celui sur lequel porte l'intérêt de cette étude « reste dans un réseau de pairs, on fréquente beaucoup de documentalistes »[136]. C'est par ces échanges au sein même d'une communauté de pratique que peuvent se former des représentations collectives, éventuellement subjectives.

L'analyse des entretiens fait ressortir une intéressante opposition de perception. Pour l'un des répondant, sa propre représentation du discours des pairs sur le sujet se traduit par les éléments suivants : « quand on est documentaliste, on nous encourage à employer d'autres outils », « on entend entre nous des discours un peu « Google c'est le grand méchant loup, faut pas l'utiliser » mais souvent c'est un peu « faites ce que je dis, pas ce que je fais » »[137]. A l'inverse, un autre répondant, familier du premier et fréquentant le même groupe de pairs affirme n'avoir « jamais [été] confrontée à ce discours trop alarmant »[138]. L'intérêt dans cette opposition d'affirmation n'est pas d'y déceler ce qu'il en est réellement, mais dans le témoignage sur un même sujet auprès des mêmes pairs d'une différenciation de représentation des discours dont ils peuvent être porteurs, prescription communautaire pour l'un et relative indifférence pour l'autre. Ce cas témoigne du rôle de l'interprétation et de la subjectivité dans la construction de représentations inhérente à chaque individu au sein d'une même communauté de pratique.

La présente analyse de l'exposition et de l'impact des représentations collectives sur la construction d'une réalité subjectivée pour chaque enquêté se conclue alors par le fait suivant : les affirmations telles que celle d'avoir l'impression de déjà savoir ce qui est appuyé par les révélations faisant suite à l'affaire *Prism*, de relativiser ou d'amoindrir la portée réflexive d'idées ou d'actes affirmés publiquement, par des anonymes, la presse ou même des pairs témoignent alors du peu de prise en considération, tout du moins consciente, d'une vision collective et ce par un exercice de distanciation critique séparant l'individu de cette représentation. Comme illustré précédemment dans cet axe, l'impact des représentations collectives semble perçu comme minime au vu d'une représentation des répondants quasi

135 Cf. Annexes : entretien 7
136 Ibid.
137 Cf. Annexes : entretien 1
138 Cf. Annexes : entretien 5

exclusivement basée sur des inductions, peu vérifiables ou vérifiées[139]. Pourtant seuls deux individus accordent concrètement un réel crédit à la portée informationnelle considérée comme intéressante et inédite au sein de leurs veilles ciblées, et un autre avoue être influencé par « pas mal de choses qui se disent sur Google »[140]. De plus, bien qu'une réalité subjective ait été construite chez les enquêtés et qu'elle façonne leurs discours, elle ne peut avoir été construite sans l'influence de représentations collectives. Les seuls éléments de réponses à l'hypothèse 4 interrogeant les facteurs à la base de constitution du domaine de telles connaissances ne seraient donc qu'une infirmation quant à l'influence, consciemment assimilée tout du moins, des représentations propres à leurs pairs.

Or si sur une approche de définition similaire à celle de la perception sociale de Bourdieu est appliquée au concept de perception sociale ET intellectuelle, alors celle-ci se définirait par une vision que l'individu a de soi même et de son appropriation du sujet, et par celle qu'il a de la perception des autres et de leurs approches sur ces mêmes domaines, vision acquise au cours d'un processus de socialisation au sein d'une communauté de pratique et d'utilisateurs des services[141]. La perception de raisonnement déductif mais ici plus encore d'intuition, dépendrait donc non plus exclusivement de l'adoption d'une représentation, mais plus encore d'une réaction quelle qu'elle soit à cette dernière. Il est alors permis à l'individu d'ériger sa propre réalité subjectivée en réponse à ce qu'il perçoit inductivement d'une représentation collective ne lui correspondant pas. Donc pour compléter la réponse faite ci dessus à l'hypothèse 4 difficilement « éprouvable » sur un plan non théorique, l'exposition à l'expression d'une représentation collective par un ou plusieurs tiers induit indubitablement un impact sur les représentations subjectivées développée par le premier individu. Conséquence d'un procédé inconscient, ce même impact ne peut cependant pas être défini sans extrapolation par les seuls procédés d'expérimentation entrepris dans la présente étude.

Il a donc été démontré au terme des deux axes de réflexion, non toutes les raisons y étant à la fondation mais tout du moins l'évidence d'une représentation sociale effective basée sur les constructions conjointes de réalité objectivée et subjectivée. La part de représentation relevant de la réalité objectivée se base sur une acquisition de connaissances empiriques et

139 Cf. Annexes : entretien 1,3,4,5,6,7
140 Cf. Annexes : entretiens 6 et 7, et citation extraite de l'entretien 3
141 Cf. BOURDIEU, Pierre. *Choses dites,* 1987

ouvre sur un panel de motivations déterminant concrètement la volonté de développer un usage de services de l'écosystème Google après utilisation[142]. Il convient alors pour compléter la présente analyse d'étudier si la part de représentation relevant d'une réalité subjectivée a bien une incidence sur l'usage ou non d'un des services considérés.

III.3 Répercussions des représentations sur les pratiques documentaires

Dans la considération de Jouët, la pratique recouvre tant les usages que les comportements, attitudes et représentations des individus qui se rapportent directement ou indirectement à l'outil[143]. Comme démontré dans le premier axe de cette partie, l'analyse des usages des services de traitement de l'information de l'écosystème *Google* et de leurs motivations objectives induit une première base de répercussion des représentations sur les pratiques documentaires. A également été mise en évidence une réalité subjectivée, intériorisée sous la forme de perceptions et de représentations de cet écosystème et de ce qui le compose. Déterminer une influence de cette réalité subjective non directement sur les discours mais sur les actes même de l'individu au regard de ses discours permet de répondre notamment à la troisième hypothèse. Évaluer si cette forme de représentation dicte l'usage ou le non usage d'un service revient alors à analyser les attitudes et comportements nourris à son égard.

III.3.1 Influence de la perception sur les comportements d'usagers

Comportements et attitudes

> Il y a pas mal de choses qui se disent sur Google et ça a une influence dans le sens où je me dis que ça pourrait être bien d'arrêter *Google*, mais je fais rien non plus pour arrêter d'utiliser *Google*[144]

Cette affirmation témoigne d'une réelle influence des perceptions sur les discours, mais pas nécessairement sur les actes du professionnel. Les perceptions par induction majoritairement défavorables ou tout du moins préoccupantes quant à l'acceptation de

142 Cf. Partie III.1.2, à l'entrée *Processus d'acquisition de connaissances*

143 JOUËT, Josiane. *Dictionnaire critique de la communication :Usages et pratiques des nouveaux outils de communication*, 1993 (p,371)

144 Cf. Annexes : entretien 3

caractéristiques de l'écosystème *Google,* et l'usage pourtant unanimement avéré d'au moins un de ces mêmes services induisent non pas un paradoxe mais une prise en compte préférentielle d'une réalité sur l'autre[145]. En effet, une considération dichotomique problématique / pratique se forme à travers ces exemples alors même qu'il semblerait pertinent de lier les deux principes pour atteindre un usage non problématique apportant complète satisfaction. Ainsi les réalités objectivées et subjectivées considérées dans l'approche constructiviste de la représentation sociale ne viennent pas se cumuler afin d'en ressortir un usage déterminé par l'efficacité et l'opinion, mais tendent plus sensiblement à être l'objet d'une évaluation du gain ou de la perte représenté(e) par la primauté de considération d'une réalité sur l'autre.

Ancrage du recours aux services *Google*

En premier lieu, un comportement ressortant très visiblement est celui, passif, de la préférence à assumer un conditionnement d'usage se traduisant par une habitude dont la mise en péril par un changement d'outil semble difficilement acceptable[146]. Cet usage ainsi développé est révélateur d'un système de dispositions à agir sans recours à la réflexion consciente proche de l'habitus de Bourdieu. Ce système est comparé à un « cercle vicieux », celui d'un « système qui (…) formate [l'individu] » et générant plus encore l'« envie d'aller vers ce type d'outils qui correspondent à [ses] types d'utilisations »[147]. Dans le cas plus généralement considéré par les répondants du moteur de recherche, cela se traduit par un ancrage reconnu du recours systématique au moteur dans les pratiques, but très logiquement compréhensible dans une logique de captation des pratiques par la société *Google* afin d'éviter à l'internaute le choix de différents points d'accès de l'information[148]. Cette finalité est aussi facilitée par méconnaissance des alternatives mise en évidences précédemment induisant une attitude pouvant être qualifiée de fataliste du fait d'une perception de l'écosystème comme un tout incontournable[149].

145 Pour rappel, « système fermé », « tyrannique », « emprisonnés », « opaque », « perturbant », « intrusifs », « génie malfaisant » sont autant d'expressions désignant l'écosystème *Google* employées au cours de ces entretiens. Pourtant, tous sans exception exploitent plusieurs services de ce dernier, le moteur de recherche unanimement.

146 L'habitude étant un des critère de préservation des usages largement mis en avant dans les entretiens. Cf. Annexes : entretiens 1,3,4,5,6,7.

147 Cf. Annexes : entretien 1

148 Cf. Annexes : entretiens 1,2,3,5,6. Point faisant notamment l'objet d'un axe de réflexion de Hervé Le Crosnier dans la préface de l'ouvrage *L'entonnoir : Google sous la loupe des sciences de l'information communication,* 2009

149 Cf. Annexes : entretien 3, « j'aurai été contente que mon moteur de recherche préféré ne soit pas

Un principe de don contre don

Le principe d'évaluation de gain relevant d'une préférence d'une des deux réalités, et de relativisme exercé sur les perceptions est d'autant plus visible dans une attitude d'acceptation du principe de don contre don. L'acceptation de récupération et d'exploitation de données personnelles si elles représentent une plus-value pour l'usager, bien que « préoccupante » est témoignée durant les entretiens : « c'est vrai que quand on y pense, Google nous connaît peut être aussi bien que nous même on se connaît et ça, ça fait un peu peur vu comme ça, mais en même temps, bah « pertinence », voilà... »[150]. Cette considération de dévoilement tacite en vue d'un résultat par abstention de recours a des mesures de protections de données privées en toute connaissance de cause illustre donc le décalage entre ce que les opinions des individus et ce qu'ils font[151]. Ainsi le résultat obtenu prime sur toute autre considération exprimée lors du développement de perception et de réalité subjectivée.

III.3.2 De la primauté de la simplicité aux modifications de pratiques

Ergonomie et satisfaction de la recherche simple

Dans le cas du moteur de recherche *Google* , si une préférence pragmatique pour le résultat est ainsi affichée, c'est également du fait de la facilité ressentie d'obtention de ces résultats. L'apparente simplicité du dispositif de recherche – comprendre ici la recherche dite simple – sous une considération d'ergonomie cognitive ou par le besoin restreint de requêtes complexes pour un résultat satisfaisant façonne une perception à la base de son usage et de la fidélisation de l'usager. Le fait de penser pouvoir se limiter à une recherche simple est un fait déterminant dans l'appréciation de l'outil par les répondants[152]. Cette perception de simplicité d'appropriation est également à la base de motivation de report d'utilisation faute

Google » : le répondant affirme cette préférence – néanmoins regrettée – pour ses fonctionnalités et la richesse de sa recherche avancée, tout en préférant ne pas être sujet au profilage d'utilisateur afin de ne pas amoindrir son accès à l'information. Certaines alternatives énoncées précédemment y répondent pourtant.

150 Cf. Annexes : entretien 1 pour la citation, entretiens 2,3,5 pour l'expression de la plus-value du profilage utilisateur dans les seules procédures de recherches

151 Principe notamment qualifié de *control paradox* rejoignant les constatations d'Acquisti et Lancelot Miltgen ACQUISTI, Alessandro, IDA, MBo'o, FRANCINE, Michèle et.al. Les comportements de vie privée face au commerce électronique. *Réseaux*, 1 juin 2011, Vol. 167, n° 3,pp. 105-130.
LANCELOT MILTGEN, Caroline. Vie privée et marketing. Réseaux, 1 juin 2011, Vol. 167, n° 3, pp. 131-166.

152 Cf. Annexes : entretiens 2,3,5,6

de formation sur d'autres outils performants mais plus complexes : « derrière il faut se former, donc c'est Windows, Google et puis point », « on y va parce qu'on veut de la simplicité et qu'on réfléchisse un peu pour nous »[153]. Cette simplicité conjointe avec l'ancrage de recours à l'outil auquel elle participe semble même en induire une dépendance auprès de l'usager, le faisant apparaître comme un « mal nécessaire » dans une logique où l'effort est à tout prix écarté[154]. Résumé par un répondant, « on sait très bien les défauts que ça a, on sait très bien les problèmes de réutilisation de données, mais c'est le plus simple et par raccourci on va là dessus »[155]. A l'étude des entretiens, il semble donc qu'une simplification apparente des recherches via *Google* tend à rendre toute autre recherche complexe, notamment à travers l'évidente dichotomie entre langage naturel et équation de recherche[156].

Accessibilité garante de l'immédiateté du résultat

La perception de simplicité, outre des considérations cognitives, tient aussi au fait du nombre considérable de ressources recensées par les *crawlers* de la société *Google,* disposant d'une logistique difficilement égalée[157]. En effet, comme le souligne un des individus enquêtés :

> Parfois il y a des questions qu'on se pose qui appellent des réponses rapides. Et je sais très bien que si ces réponses je pourrai les retrouver sur tels sites ou bases de données ou je sais pas quoi, je sais aussi qu'en tapant directement dans la barre de moteur de recherche je vais trouver. Donc dans ce cas là je me fatigue pas et vais directement en haut à droite sur la toute petite barre, je tape ce que je veux et j'ai la réponse tout de suite[158].

En ressort un accord tacite entre la modalité de recherche et le degré de qualité attendue d'information, privilégiant une approche où se présente le risque d'un choix de sources potentiellement de moindre qualité et demandant une plus grande évaluation de la fiabilité, une grande partie des bases de données issues de la recherche ne sont toujours pas accessibles depuis des moteurs de recherche dits grand public. De fait, des sources davantage accessibles semblent induire un arrêt des recherches lorsque une information « suffisamment bonne » semble avoir été trouvée[159]. Cette constatation n'écarte cependant

153 Cf. Annexes : entretien 6

154 Cf. Annexes : entretien 3, le principe de « flemme » et de résignation face à une demande d'effort y étant particulièrement redondant

155 Cf. Annexes : entretien 1

156 PERRIN, Olivier. *Des énigmes de la recherche d'information : contribution à l'analyse du couple question-réponse dans le processus d'échec documentaire chez les professionnels de l'information,* 2013

157 LE CROSNIER, Hervé. *L'entonnoir : Google sous la loupe des sciences de l'information communication*, 2009

158 Cf. Annexes : entretien 3

159 op.cit. PERRIN, 2013. Constat rapporté également dans : SIMONNOT, Brigitte. *L'accès à l'information en ligne : moteurs, dispositifs et médiations,* 2012 .

en rien l'efficacité avec laquelle le moteur *Google* est susceptible de répondre aux besoins les moins exigeants.

Une simplification des usages est donc favorablement accueillie, mais au prix de certains consentements allant à l'encontre des perceptions initiales sur le sujet. Ces consentements sont facilités notamment par un ancrage prescriptif d'usages de plus en plus profond, alors perçu comme irrémédiable par les professionnels enquêtés. Ces représentations requièrent alors un nécessaire questionnement sur l'implication de ces constatations sur les pratiques documentaires de ces mêmes professionnels.

Modification des pratiques professionnelles par une prescription d'usage

Au vu des services de l'écosystème considéré et rentrant dans des usages effectifs, les pratiques professionnelles impactées concernent essentiellement les pratiques informationnelles : ni les modalités de travail collaboratif ou de stockage et gestion de l'information permises par le *Drive*, ni l'interconnexion de services via un compte aux finalités privées / professionnelles indistinctes, ni le processus de veille ne modifient réellement les pratiques déjà établies hors de ce périmètre écosystémique précis. Seules ici les pratiques de recherche d'information par le moteur de recherche sont exposées à une modification.

En effet, la représentation associée au moteur de recherche renvoie à une perception du binôme simplicité / efficacité et de l'ancrage comme démontré précédemment. La simplicité d'accès à de l'information jugée pertinente et donc la représentation de son efficacité induit un basculement vers une recherche quasi exclusive de type « plein texte » et une raréfaction du recours à la recherche avancée : « maintenant c'est vrai que en général je vais très rarement dans la recherche avancée (…) [qui disparaît au fil des ans», « je crois pas qu'on soit très nombreux à l'utiliser en fait », « la recherche... simple suffit finalement »[160]. La finalité de cette analyse n'est en aucun cas d'émettre une évaluation sur l'impact que cela a sur la qualité du travail du professionnel, mais préférablement d'en faire ressortir l'enjeu que représente un trop grand ancrage du recours privilégié voire exclusif du moteur de recherche : « on a nos automatismes et nos réflexes et on revient vite à ce qui est le plus

160 Cf. Annexes : entretiens 6,7,5

naturel » [161]. Le mode de fonctionnement du moteur favorisant cette pertinence perçue, à savoir le ciblage de l'utilisateur par exploitation des données de navigation favorise considérablement cet ancrage perçu et admis, « ce que Google cherche à faire, rentrer dans les pratiques, dans le quotidien » : « je suis consciente de tous les défauts et je vais pas chercher ailleurs, je vais au plus simple »[162]. C'est ainsi qu'une non exploitation de ce principe d'utilisation de données est perçu comme une perte d'efficacité et une motivation supplémentaire se traduisant par un questionnement de type « pourquoi changer ? »[163]. De fait, l'expertise d'une recherche plus filtrante et ciblée, avancée, illustrant l'une des facettes des compétences du professionnel de l'information documentation est de moins en moins requise. Avancer une modification ou une diminution du degré de cette compétence serait purement inductive et inepte, mais cela témoigne toutefois d'une réelle modification des pratiques informationnelles de ce profil de professionnel. Une représentation de l'efficacité du moteur induit également un recours privilégié à ce dernier au détriment de bases de données spécifiques au sujet, connues, mais jugées plus laborieuses : « les pratiques ont changé dans le sens où (…) du point de vue personnel mais même pro (…) il y a des questions (…) qui appellent des réponses rapides »[164].

Ces mêmes pratiques se retrouvent également impactées dans l'approche même de l'information. Certaines caractéristiques du moteur de recherche *Google* favorisent non pas uniquement un recueil actif de l'information suite à une recherche mais également une arrivée de l'information à l'utilisateur avant même qu'il ait éprouvé l'intégralité de son cycle de recherche. Les suggestions de termes de recherches de *Suggest* ou encore l'affichage d'informations complémentaires connexes à l'objet recherché via le *Knowledge graph* ouvrent sur une nouvelle considération de la recherche d'information. L'apport complémentaire d'information à travers la présentation du *Knowledge graph*, ou la suggestion d'expressions de requêtes par *Suggest* ne rentre pas dans un principe de sérendipité car le lien entre les informations ou éléments de recherche apportés et le sujet initial de recherche en est proche et réel. Dans le cas de *Suggest,* cet apport informationnel passif ressort pour un des répondant comme une modification sensible de ses pratiques

161 Cf. Annexes : entretien 5
162 Cf. Annexes : entretiens 1, 6
163 Cf. Annexes : entretien 5 pour la citation, 1 et 5 pour la corrélation efficacité / ciblage
164 Cf. Annexes : entretien 3

informationnelles : « [cela a] modifié ce que je regarde : maintenant c'est vrai que je prends un peu le temps de regarder ce qui est proposé »[165].

Enfin, la représentation que le professionnel se fait du principe de fonctionnement de *Google,* notamment sur l'exploitation de données ou encore le principe de suggestion des résultats induit également une modification des pratiques documentaires afin de contourner ou d'en atténuer certains aspects : « je pense qu'en se montrant assez astucieux, tout le monde peu l'utiliser (note : le moteur de recherche) à sa façon et détourner un peu ça »[166]. « Faire attention à ce qu'on montre » ou encore n'exploiter le *Drive* qu'avec des documents « qui n'engagent en rien » sont des éléments d'une différenciation de pratique réelle comparée à une même situation sur le moteur d'une base de donnée particulière ou encore un environnement numérique de travail[167].

Cet axe d'analyse questionnant l'impact des représentations sur les pratiques documentaires permet donc la mise en évidence d'usages privilégiés de services *Google,* légitimés objectivement mais se doublant d'un paradoxe d'utilisation : bien qu'employés, ces services sont source de représentations exprimées à travers un ensemble d'expressions dans l'ensemble négativement connotées, basées sur des inductions individuelles plus que sur l'influence des représentation d'une communauté de pratique. Par la réflexion sur ce constat a été mise en évidence un principe d'évaluation de gain entre les deux réalités, objectivées et subjectivées, induisant une forme de relativisation exercée sur les perceptions propres du professionnel de l'information communication. Cet usage privilégié réoriente alors de manière effective un ensemble de pratiques documentaires dictées par une opinion basée sur l'ensemble des représentations de l'individu, modifiant notamment ses pratiques informationnelles. L'hypothèse 3 questionnant une différence de traitement des services *Google* en fonction d'une variation de représentations est donc pour cet échantillon infirmée au vu du privilège unanime de la satisfaction de besoins et d'attentes, primant sur toute opinion, quelle qu'elle soit.

165 Cf. Annexes : entretien 2
166 Cf. Annexes : entretien 7
167 Cf. Annexes : entretiens 7, 1

Conclusion

En définitive, la présente analyse de cet échantillon de population relatif aux professionnels de l'information communication met en avant plusieurs réalités répondant aux hypothèses considérées. En premier lieu, les services *Google* tiennent effectivement une grande part dans les outils utilisés en milieu professionnel par ces derniers, en témoigne l'emploi unanime du moteur de recherche. Néanmoins, sauf dans le cas de profils d'usagers plus atypique faisant ou ayant fait montre d'une appétence pour l'exploitation d'une grande part de ces services, il convient de souligner la relative focalisation d'emploi de chacun des enquêtés sur très peu d'entre eux. De fait, si utilisation de services *Google* il y a, n'est pas toutefois avérée une réelle volonté d'exploitation de l'écosystème considéré dans son ensemble[168].

Une seconde réalité mise en avant dans le cadre de l'échantillon de population étudié est que l'usager de ces services témoigne d'une volonté non pas de compréhension totale de l'outil et de ses caractéristiques mais tout du moins d'une constitution de base de connaissance par empirisme permettant alors de générer des motivations objectives d'emploi. Cette volonté affirmée ou tacite de la part du professionnel dicte alors en partie les usages de ces services ci. Cependant, il est intéressant de noter que cette base de connaissance ne porte que sur ce que propose *Google* et partiellement les autres grands fournisseurs de services similaires, mais, sauf en de très rares cas, pas sur d'autres alternatives moins connues répondant pourtant aux besoins exprimés. Les professionnels enquêtés font alors montre d'une appropriation par la pratique et la réflexion sur les services qu'ils utilisent seulement, non sur ceux qu'ils pourraient également utiliser.

L'étude illustre aussi le fait que les représentations sociales, dans une approche constructiviste, font certes intervenir chez l'individu des principes objectivés comme il vient d'être démontré, mais également d'autres, cette fois ci subjectivés, prenant forme de perceptions et de représentations générant une influence sur les actes du même individu. L'analyse de ces perceptions révèle que la source de ces représentations relève essentiellement d'un ensemble de perceptions par induction et réification, alors influencée mais ne s'appuyant pas sur une représentation collective construite au sein d'une

168 Toujours à l'exception de l'usager 1

communauté de pratique, confortant l'individu dans une perception de construction individuelle et distanciée de représentation.

Ces représentations illustrées précédemment présentent une variation d'opinions, favorables, neutres voire opposés à ce que représente l'écosystème *Google* aux yeux des répondants. Mais au sein de ces dernières alors différentes se trouve néanmoins en commun une mise en avant de caractéristiques perçues comme partiellement problématiques ou préoccupantes, portant essentiellement sur le principe de recueil de données personnelles et celui de leur réutilisation sous tous ses aspects. Si ces perceptions et types de représentations précises sont identifiables et théoriquement préjudiciable à une motivation d'exploitation des services *Google*, leur rôle dans l'influence sur les usages est toutefois subtil en ce sens qu'il ne répond pas au simple principe d'utilisation de services en adéquation avec l'opinion. A été mise en évidence une forme d'évaluation du gain apporté entre le suivi de considérations purement pragmatiques et celui d'opinions, amenant, lorsque ce dernier s'avère être convainquant, à générer un consentement à l'acceptation de faits pourtant en contradiction avec ces mêmes opinions.

La motivation d'usage est donc le fruit d'un rééquilibrage de l'importance de considération d'une réalité objectivée sur une réalité subjectivée, relation à la base de construction d'une représentation sociale. Cette dernière façonne donc l'usage des outils, et conséquemment des pratiques professionnelles sur lequel elles se construisent. De fait, comme il a été relevé au cours de cette enquête, ces représentations influent directement – ou indirectement par les usages qui en sont dictés – sur une réorientation de pratiques documentaires, ici avant tout informationnelles. Ces pratiques informationnelles sont alors sensiblement modifiées par l'ancrage d'une utilisation exclusive et des caractéristiques mêmes du moteur de recherche *Google* entraînant une adaptation des pratiques professionnelles à l'outil.

La présente analyse, dans la seule optique de conclusions applicables à cet échantillon de population, révèle les représentations sociales des professionnels de l'information documentation nourries à l'égard des services *Google* et de son écosystème, représentations pour lesquelles la primauté du résultat sur l'opinion joue un rôle effectif dans l'application et la modification de leurs pratiques professionnelles, documentaires et plus particulièrement informationnelles.

Si une réponse à l'objet de cette étude est ainsi donnée, elle soulève toutefois de nouvelles interrogations sur les enjeux que de tels faits représentent, et plus particulièrement sur la préoccupante complémentarité d'une utilisation quasi exclusive d'un outil de recherche d'information et l'acceptation affirmée parmi les répondants du principe de recueil de données personnelles à des fins de résultats plus ciblés. Il y a donc là en premier lieu une diminution de l'accès à l'information reconnue et acceptée basée sur un principe échappant toutefois à des seules fins d'optimisation de pertinence. Mis en adéquation avec une utilisation souvent exclusive du moteur de recherche *Google*, se pose alors la question de l'enjeu de la connaissance réelle, et non de la seule perception par induction, des traitements et des manipulations qui visent à dénaturer la qualité et la pertinence de l'information distribuée en réponses par l'algorithme de *Google* – algorithme définissant alors des choix appropriés vers l'internaute en fonction de ses comportements, au détriment du principe d'autorité initialement mis en avant du *Pagerank*[169]. C'est face à ce risque doublé d'une perception fataliste de cet objet vu comme incontournable que les professionnels de l'information communication ont un rôle à tenir. A défaut de développer des alternatives trouvant malheureusement difficilement écho auprès du public, il convient comme l'a affirmé un des enquêtés, de « composer avec », mais en veillant à agir sur le développement d'outils liés à la structuration et le traitement de l'information sur les réseaux : « c'est alors à ce moment là que l'on peut intervenir pour éviter que ça parte dans un système qui nous correspond pas »[170].

169 CARDON, Dominique. Dans l'esprit du PageRank. *Réseaux*, 2013, Vol. 177, n° 1, pp. 63-95.
170 Cf. Annexes : entretien 1

Bibliographie

ACQUISTI, Alessandro, IDA, MBo'o, FRANCINE, Michèle et ROCHELANDET, Fabrice. Les comportements de vie privée face au commerce électronique. *Réseaux*, 1 juin 2011, Vol. 167, n° 3, pp. 105-130.

BATTELLE, John. *La révolution Google : comment les moteurs de recherche ont réinventé notre économie et notre culture.* Paris, France : Eyrolles, 2006. 279 p.

BIAGINI, Cédric. *L'emprise numérique: comment Internet et les nouvelles technologies ont colonisé nos vies*. Montreuil, France : L'Échappée, DL 2012, 2012. 445 p. ISBN 978-2-915830-67-5.

BLANCHET, Alain, GOTMAN, Anne. *L'enquête et ses méthodes: l'entretien*. Paris, France : Nathan, 1992

BONARO, Floriane. *L'effet des connaissances du domaine sur l'évaluation de la crédibilité des informations en ligne par les élèves lors de recherches informationnelles.* Mémoire : métiers de la formation de l'enseignement – documentation [en ligne]. IUFM Midi-Pyrénées, École interne de l'Université de Toulouse II Le Mirail. 21 juin 2013. 70 p. [Consulté le 3 décembre 2014]. Disponible à l'adresse : http://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-00880275/document

BOURDIEU, Pierre. *Choses dites.* Paris, France : éditions de Minuit, 1987. pp 155-161

BRAND, Antoine. Moi, Google. *Bulletin des bibliothèques de France* [en ligne].n°3, 2012 [Consulté le 3 décembre 2014]. Disponible à l'adresse : http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2012-03-0056-009

BRIN, Sergey, PAGE, Lawrence. *The Anatomy of a large-scale of hypertextual Web search engine.* Stanford, Etats-Unis : Computer Science Department – Université de Stanford, 1998. [Consulté le 6 septembre 2015]. Disponible à l'adresse : http://infolab.stanford.edu/pub/papers/google.pdf

BROUDOUX, Evelyne, CARDON, Dominique, ERTZSCHEID, Olivier. L'organisation des connaissances dans le contexte du Web *Canal-U*. [en ligne].22 Mars 2012. [Consulté le 3 décembre 2014]. Disponible à l'adresse : http://www.canal-u.tv/video/fadben_federation_des_enseignants_documentalistes_de_l_education_nationale/l_organisation_des_connaissances_dans_le_contexte_du_web.9836

CARDON, Dominique. *La démocratie Internet: promesses et limites*. Paris, France : Seuil, DL 2010, 2010. 101 p. ISBN 978-2-02-102691-7.

CARDON, Dominique. Dans l'esprit du PageRank. *Réseaux*, 1 avril 2013, Vol. 177, n° 1, pp. 63-95.

CORDIER, Anne. *Imaginaires, représentations, pratiques formelles et non formelles de la recherche d'information sur Internet: Le cas d'élèves de 6ème et de professeurs documentalistes*. Thèse : sciences de l'information communication. [en ligne]. Université Charles de Gaulle – Lille III. 23 septembre 2011. 483 p. [Consulté le 3 décembre 2014]. Disponible à l'adresse : https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00737637/document

CORDIER, Anne. Le chercheur confronté au duo pratique-imaginaire. *Études de communication,* 2/ 2011 (n° 37), p. 177-190.

DANIC, Isabelle. *La notion de représentation pour les sociologues.* Rennes, France : ESO université de Rennes II, 2006. [Consulté le 31 août 2015]. Disponible à l'adresse : eso.cnrs.fr/_attachments/n-25-decembre-2006-travaux-et-documents/danic.pdf?download=true

DUCHESNE, Sophie. Pratique de l'entretien dit "non-directif". In BACHIR, Myriam (dir). *Les méthodes au concret. Démarches, formes de l'expérience et terrains d'investigation en science politique.* Paris, France : PUF, pp.9-30, 2000

ERNER, Guillaume. *Sociologie des tendances.* Paris, France : PUF, 2008

GALLEZOT, Gabriel (dir.), SIMMONOT, Brigitte (dir.). *L'entonnoir : Google sous la loupe des sciences de l'information et de la communication*. Caen, France : C&F éditions, 2009. 246 p. ISBN 978-29-15-825053.

GUILLEMIN, David. Google : vers l'infini et au delà. Poitiers, France : Université de Poitiers, 2013

HOCHET, Yvan. Google : tu es si près de moi que je suis tout contre toi. *Bulletin des bibliothèques de France* [en ligne].n°3, 2012 [Consulté le 3 décembre 2014]. Disponible à l'adresse : http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2012-03-0062-011

IPPOLITA (collectif). *La face cachée de Google.* Paris, France : éditions Payot & Rivages, 2008

JACQUESSON, Alain. *Google Livres et le futur des bibliothèques numériques: historique du projet, techniques documentaires, alternatives et controverses*. Paris, France : Cercle de la librairie, 2012. ISBN 978-2-7654-0980-9

JAUREQUIBERRY, Francis, PROULX, Serge. *Usagers et enjeux des technologies de communication*. Toulouse, France : Eres, 2011. 144 p. ISBN : 978-2-7492-1440-5

JEANNENEY, Jean-Noël. *Quand Google défie l'Europe: plaidoyer pour un sursaut*. Paris, France : Mille et une nuits, 2010. 219 p. ISBN 978-2-75550-568-9.

JOUËT, Josiane et RIEFFEL, Rémy (éd.). *S'informer à l'ère numérique*. Rennes, France : Presses universitaires de Rennes, 2013. 200 p. ISBN 978-2-7535-2858-1.

LANCELOT MILTGEN, Caroline. Vie privée et marketing. *Réseaux*, 1 juin 2011, Vol. 167, n° 3, pp. 131-166.

LE ROUX, Loic. Google au CDI : au-delà de la " boîte noire ",pour une recherche d'information efficace. *Revue InterCDI*, 2005

MANIEZ, Dominique. Index, Google et bibliothèques. *Bulletin des bibliothèques de France* [en ligne], n° 5, 2012 [consulté le 31 août 2015]. Disponible à l'adresse : http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2012-05-0020-004 ISSN 1292-8399

MICHELAT, Guy. Sur l'utilisation de l'entretien non directif en sociologie. *Revue française de sociologie,* 1975, Vol. 16, pp. 229-247

MILLERAND, Florence. Usages des NTIC : les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation. *Commposite* [en ligne]. [Consulté le 31 août 2015]. Disponible à l'adresse : http://www.commposite.org/index.php/revue/article/view/21/21

MOSCOVICI, Serge. *La Psychanalyse, son image et son public.* Paris, France : PUF, 1961. 512 p. ISBN : 978-2-13-054681-8

NEVEU, Valérie. Google Books au service de la recherche historique, ou Éloge du chaos. *Bulletin des bibliothèques de France* [en ligne]. n°3, 2012. [Consulté le 3 décembre 2014]. Disponible à l'adresse : http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2012-03-0060-010>. ISSN 1292-8399.

PERRIN, Olivier. *Des énigmes de la recherche d'information : contribution à l'analyse du couple question-réponse dans le processus d'échec documentaire chez les professionnels de l'information*. Thèse : sciences de l'information communication.[en ligne]. Université Paris VIII Vincennes-Saint Denis, 2013. 457 p. [Consulté le 3 décembre 2014]. Disponible à l'adresse : https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01022475/document

RACINE, Bruno. *Google et le nouveau monde*. Paris, France : Plon, 2010. 149 p. ISBN 978-2-259-21203-8.

RACINE, Bruno. Une utopie séduisante. *Le Débat*, 2012/3, n° 170, pp. 126-129

REY, Bénédicte. *La vie privée à l'ère du numérique*. Cachan, France : Hermès Science Lavoisier, DL 2012, 2012. 297 p. ISBN 978-2-7462-3120-7, 2-7462-3120-4.

SFEZ, Lucien. *Dictionnaire critique de la communication : Usages et pratiques des nouveaux outils* de communication, Paris, France : PUF, 1993. p.371

SIMONNOT, Brigitte. *L'accès à l'information en ligne: moteurs, dispositifs et médiations*. Cachan, France : Lavoisier Hermès, 2012. 249 p. ISBN 978-2-7462-3829-9.

WENGER, Etienne. *Communities of practice : learning, meaning, and identity*. Cambridge, Angleterre : Cambridge University Press, 1998. 318 p.

Annexes : entretiens

Note : retranscription intégrale avec seuls ajouts entre [ ] pour désambiguïser les homographes

Entretien 1

(Demande d'un rapide point de présentation, sur les tâches, activités documentaires et pratiques professionnelles et documentaires)

Je suis chargée de Système d'information documentaire depuis janvier 2014. Mes fonctions m'emmènent à travailler plus particulièrement sur la refonte du système d'information documentaire de Canopé. Je travaille plus particulièrement sur la modélisation du circuit de l'information, les métadonnées associées aux ressources, le modèle de description documentaire donc pour construire ces métadonnées. Donc mes attributions m'emmènent à m'intéresser plus spécifiquement à tout ce qui est normes de description documentaires, des formats d'échanges de données et puis aussi les évolutions notamment autour du web sémantique.

Parfait, merci. Du coup, petite entrée en matière un peu brainstorming : tu peux me donner tout ce qui te vient à l'esprit, mots clés, citations, tirades inspirées et envolées lyriques etc. pour dépeindre ce que t'évoque le simple mot Google.

Je dirai... monopole ? Monopole de la recherche. Simplicité, en matière d'utilisation. Ergonomie qui découle de cette simplicité d'utilisation. Je parlerai même peut être même si c'est un peu fort de standard, par rapport à justement cette ergonomie et aussi par rapport à des modèles que peut engendrer Google : schéma.org et micro données. Google a un peu donné l'impulsion de ces micro données et puis… oui, vraiment, omniprésence, multicanal parce qu'on est sur le web, sur Android… . Et puis multitâche aussi avec toutes les applications dérivées, Agenda, la veille avec Google Alerte, le cloud aussi, enfin voila. Je ne sais pas si j'en ai dit assez ?

Non non, c'est impeccable, c'est ce qui te venait en tête le plus spontanément, c'est ce qui importait. Du coup, par rapport au petit questionnaire rempli l'autre jour, je vois effectivement que tu utilises pas mal de services de cet écosystème « multitâche », toujours un peu interconnectés ou « omniprésent » d'une certaine manière, et tout ça dans un cadre autant privé que professionnel. Selon toi, ça montre aussi bien une réponse aux attentes et besoins du quidam lambda autant qu'un intérêt aux yeux du pro de l'info doc ?

Oui totalement. D'ailleurs ça donne aussi des alternatives, sur le stockage de données déjà, ça se voit avec Nuxeo[171].

Ouais effectivement, c'est pour ça que tu utilises le Drive ?

Oui. (pas de reprise de parole)

Ok merci. Bon je viens peut être d'en donner une des pistes, mais au final... tes motivations pour aller chercher ces services, ou en tous cas les causes ?

Bon déjà pour moi, c'est la simplicité d'utilisation. Bon, le fait que ce soit gratuit aussi... on va pas se mentir. (rires) Voila, après le *Cloud*, c'est vraiment la simplicité d'utilisation, le fait que ça puisse prendre des formats importants – tu peux faire du word, de l'excel, du powerpoint – enfin il y a quand même pas mal de choses qui rentrent en compte. Il y a aussi la dimension collaborative. Il suffit juste d'une adresse mail en fin de compte pour accéder aux contenus pour pouvoir… Tu as aussi le fait par exemple sur Google Drive, que tes modifications puissent être prises en charge et enregistrées directement, que tu puisses travailler à plusieurs simultanément. J'utilisais aussi pas mal Google agenda pour cette option de mutualisation et la simplicité d'utilisation. C'est vraiment l'ergonomie qui fait que on a envie d'utiliser l'outil, pour moi parce que bah, « simplicité d'utilisation ». Et puis je pense aussi qu'on est un peu

171Plateforme collaborative du réseau Canopé : « les documentalistes peuvent y déposer, à titre individuel ou via un groupe de travail, des documents (séquences pédagogiques, compte-rendu de conférence...) qu'ils souhaitent partager avec d'autres collègues. Le pôle Documentation de Nuxéo est architecturé en différents espaces auxquels vous accédez en fonction de vos groupes d'appartenance : les documentalistes, tel groupe de secteur ou tel groupe de travail. » (J.P Thomas, Canopé Rennes)
A noter un non suivi des consignes de dépôt et d'organisation de la plateforme, ainsi que de la perte de documents déposés. De fait, d'après observations et entretiens, Nuxeo jouit de peu de considération auprès des documentalistes du réseau.

cadré dans un mode d'utilisation, voila c'est un peu un cercle vicieux hein ? On est dans un système bah qui nous formate, et puis forcément on a plus envie d'aller vers ce type d'outils qui correspondent à nos types d'utilisations.

C'est vrai qu'il y a ce côté « familiarisation »…

Voila, on est familier et puis, c'est simple, ça plante pas. Voila, c'est bête mais… .

Ah bah non c'est pas si bête, ça explique aussi un succès objectivement. Ce que tu dis en résumé, c'est qu'il y a un principe de simplicité, doublé de celui d'efficacité, et que ça crée une préférence pour ce qui s'y rapproche ou ce qui y est lié ?

Oui c'est l'idée… en moins de mots ! (rires). Et puis il faut voir que ces services là ont une fonctionnalité qui est simple d'accès, et puis après ils en proposent d'autres qui en découlent à la base et qui vont vers des choses bien plus spécifiques et qui sont bien intéressantes. Donc bah c'est bien adapté à plusieurs types de pratiques et plusieurs types de profils d'utilisateurs.

Toi là dedans au final, comment tu as exploré ou exploité ce qui est proposé au sein de ce panel de services ?

Alors à un moment, j'avoue que là je vais plus trop voir tout ça, mais à un moment j'allais voir les labs, tous les outils qui étaient en béta, voir un peu ce qu'il se passait, enfin voila. Mais là j'avoue que j'y vais plus trop : je [ne] me concentre plus sur certains types d'outils. Par exemple j'ai lâché Google agenda parce que maintenant que j'utilise Outlook dans le cadre du travail, j'en ai plus vraiment besoin. Mais c'est vrai que c'est un outil intéressant. Après je me concentre plus sur le Cloud… hum et puis quoi d'autres comme outils, google actu, que j'utilise mais bon, c'est un service sans plus, Google Alertes aussi. Et puis maintenant, c'est vrai que c'est plus Twitter qui a supplanté le service, comme quoi des fois, Google peut… lâcher du terrain. Mais oui pour en revenir, je suis plus mono outil en ce moment, le Drive correspond à mes besoins actuels au niveau travail, et ça centralise pas mal de facettes. Je l'utilise en travail et aussi en privé pour partager des infos, voila.

Après c'est pas une question piège, mais c'est sur le même compte ou tu en as plusieurs suivant les cas ?

Non c'est sur le même compte, par contre, je … . Comme on a un compte pro Outlook, mon compte Google, j'en ai qu'un et c'était plus au départ un compte perso mais avec des applis pros par défaut, par la force des choses. Disons que l'outil qui est proposé dans la structure répond pas aux besoins clairement en terme d'accessibilité, de stockage, d'accès simultané et donc forcément, on se détourne. Même niveau interopérabilité, avec Chrome ça pose pas mal de soucis, ça marche pas bien et puis Google on sait que ça sera accessible n'importe où n'importe quand, sur n'importe quel outil, que ce soit sur un ordinateur, tablette, smartphone. Donc forcément, ça incite plus à utiliser… et puis on sait aussi que la personne en face n'aura pas de difficulté pour avoir accès au document et ça c'est vraiment un atout.

C'est vrai que ça présente une plus-value là où dans une organisation, la mise à disposition de l'information est pas forcément toujours idéalement pensée… . Ensuite, cette utilisation là de stockage de donnée ? en rapport avec une toile de fond qui est ce qu'elle est depuis quelques années autour de la société Google, les polémiques, l'actu… ?

C'est vrai qu'on a vu pas mal de polémiques autour de l'utilisation des données. Bon sur Google Drive, on sait quand même, même s'il est très pratique, comment tout ça est visible, accessible voire réutilisé. Après je pense qu'il faut aussi en avoir une utilisation raisonnée. Quand je dis que je mets des documents sur le Cloud, c'est vraiment des documents… hum, de veille ou autre qui n'engagent en rien. Après il faut être conscient : même au niveau privé, je n'y mettrai pas d'informations qui relèvent de données strictement personnelles. Après, je pense que oui Google se sert de cette hégémonie et de cette facilité d'utilisation pour augmenter son usage et puis avoir une certaine hégémonie – et puis on est quand même dans une société où l'information a un coût, que c'est quelque chose qui devient extrêmement précieux – et que si Google propose un service, c'est forcément parce qu'il s'y retrouve derrière. C'est une logique marchande.

Après je trouve aussi qu'il y a des éléments qui peuvent être intéressants notamment au sujet de schéma.org, parce que en tant que documentaliste, on est quand même sur une pratique que l'on a depuis des années et des années et qui est en train de se transmettre au web entier et qui va permettre de structurer l'information à un niveau beaucoup plus élevé et qui je pense va entraîner un impact plutôt positif. Après il y a toujours un pendant positif et négatif mais je pense que l'idée par exemple des micros données est quelque chose d'intéressant. Donc après, à voir comment ça évolue.

Oui le rayonnement de Google – la société – sur les utilisateurs du web est beaucoup plus grand que ce que toute sensibilisation des docs aurait réussi à faire je pense, et ça fait vraiment rentrer dans les usages des choses qui servent à la structuration de l'information, ça se conçoit. Et du coup on parle de structuration de l'info, en lien direct avec l'accès à l'information dans un sens, connexe aux pratiques informationnelles et donc des outils de recherche : ça fait partie du quotidien du documentaliste entre autres, et niveau moteur de recherche, entre exploration, connaissance, exploitation, tu peux me parler des motivations qui ont suscité ce choix ?

Bah, après, ce que je vais dire, c'est que – je sais que quand on est documentaliste on nous dit pas mal ou on nous encourage à employer d'autres outils etc. mais moi clairement, quand je vois – j'ai plusieurs fois fait le test d'une équation de recherche dans Google et dans d'autres moteurs de recherche, et clairement, même si on sait pas totalement comment est construit le moteur de recherche de Google, on voit quand même une certaine pertinence dans les résultats et je trouve que les informations qui sont affichées sont globalement plus pertinentes que dans les autres moteurs de recherche. Donc, de manière totalement basique, ce qui m'amène à l'utiliser, c'est que j'ai pas retrouvé ce niveau de pertinence dans mes résultats de recherche. C'est de l'efficacité. Après, bah voilà, on sait très bien qu'il y a des résultats sponsorisés mais dans la structure du moteur de recherche, il y a bien quelque chose qui fait que pour moi actuellement, il n'y a pas vraiment d'égal au moins en outils grand public.

Yep, tu disais qu' « on » nous encourage à tenter voire même utiliser autre chose quand on est doc, « on », ça se traduit par quoi ici, tu pensais à quoi en particulier ?

Bah en fait... . C'est pas tant que ça se dit clairement mais c'est vrai qu'il y a une sorte de consensus là dessus, je dirai pas que c'est tacite mais déjà nous même on s'en sent un peu l'obligation, connaître autre chose que le seul outil connu et qui paraît d'une certaine manière trop simpliste – même s'il est efficace. Après, il y a peut être un discours dans la profession pour pas « perdre la face »... . On se dit peut être tous ça pour éviter le jugement qu'au final on ferait pas à l'autre ! (rires)

Doit y avoir de ça chez certains pourquoi pas ! Et donc tu disais être plus satisfaite des résultats dans Google pour une même recherche, que c'était plus pertinent... -

Après, je dis pas qu'il faut avoir une utilisation mono centrée Google mais c'est vrai que par rapidité et puis par habitude on va plus vers celui là. Et puis ça peut se légitimer, il fait des opérations que tous les moteurs ne font pas forcément.

Et tu penses que l'utilisation de métamoteurs ou d'alternatives – genre des moteurs marchant sur le même principe en somme – pourraient un peu amoindrir tout ça, les fonctionnalités un peu … enfin « exclusives » dont tu parles ?

Oui c'est sûr mais il y a toujours l'habitude, et puis même si ça présente probablement un intérêt, entre utiliser un autre moteur qui tente d'être comme Google et utiliser Google, le choix d'aller sur l'autre est pas si attrayant.

Après le fait que tu disais avoir des résultats plus ciblés avec Google que les autres moteurs, bien sûr il y a ce côté technique garant de l'efficacité qui est derrière, mais aussi, peut être pure supputation, vu que tu utilises pratiquement tous les services Google en privé / pro et qu'ils sont tous plus ou moins interconnectés, est ce que tu penses qu'il y a aussi une réorientation par rapport à un meilleur ciblage ou profilage possible sur toi ? Mais après je dis pas ça forcément dans le mauvais sens du terme...

Ah mais clairement bien sûr, je pense que, enfin j'en suis quasi convaincue que – bah disons que Google n'est pas le seul à le faire mais plutôt qu'il le fait très bien – je pense que toutes les données qui sont collectées sur l'utilisateur servent à faire du

profilage hein ? C'est, voilà c'est une réutilisation des données, c'est opaque mais bon, après voilà c'est vrai que quand on y pense, Google nous connaît peut être aussi bien que nous même on se connaît et ça fait un peu peur vu comme ça, mais en même temps, bah « pertinence », voilà... .

Un don contre don en somme ?

Après, c'est vrai que moi ce que j'ai remarqué aussi, c'est que comme beaucoup de … Google veut absolument qu'on se connecte dès qu'on arrive sur internet et donc c'est une manière de capter de l'info quand tu fais des recherches – j'ai pas les réponses mais voilà – et donc c'est vrai que j'ai tendance, même si c'est illusoire parce que je sais il y a l'adresse IP tout ça, à pas me connecter automatiquement à Google, enfin à mon compte. Je sais que ça fait un peu Don Quichotte, mais je me dis que si ça peut limiter un petit peu l'impact.

Donc pas de contournement, mais une volonté un peu d'amoindrir ce « ciblage » de profil de chercheur d'info ?

Bah après c'est vrai que quand on y pense, ça fait peur. On se dit qu'avec Map en voiture, Google sait où tu vas ; quand tu partages avec quelqu'un un document, Google sait exactement ce que tu partages, avec qui et pourquoi ; quand tu fais tes alertes sur Google Alerte, il sait quels sujets t'intéressent ; quand tu fais ton calendrier il peut limite retracer ton activité quotidienne, enfin, il y a vraiment plein de choses assez perturbantes mais en même temps difficilement contournables, et c'est ce que Google cherche à faire, rentrer dans les pratiques, dans le quotidien.

Après Google s'en cache pas plus que ça théoriquement, ne serait-ce qu'avec les objets connectés tout ça ?

Ah mais totalement, totalement, après c'est adhérer à un principe ou pas. Accéder à des services et puis après bah : tout ça.

Du coup en tentant de résumer le tout, ce qui ressort de tout ce qu'on vient de dire : c'est une utilisation en connaissance de cause, une utilisation, on va dire, raisonnée, et puis ce qui fait que ça fait vraiment une représentation en demi teinte, un peu du tout, c'est qu'on a conscience des limites et des aspects / des points problématiques ou un peu préoccupants et puis en même temps , on essaye de composer avec ou on veut composer avec et en fin de compte, en étant pragmatique : c'est intéressant d'exploiter ces services là.

C'est ça, voilà. Disons que si tu ne l'utilises pas, si tu n'utilises pas les services Google, je trouve que c'est beaucoup plus compliqué d'avoir accès à de mêmes types de services. Et puis, il ne faut pas se leurrer non plus, les autres, enfin les concurrents de Google ont les mêmes pratiques plus ou moins. Donc c'est un peu cliché mais est ce que l'on se coupe du monde ? Après on peut regretter qu'il n'y ait pas plus de concurrence, qu'on ne soit pas sur un autre modèle mais bon.

C'est sûr qu'il y a des alternatives qui existent, qui n'ont pas les mêmes aspirations certes, idéalement, et conséquemment ou non, pas les mêmes moyens. Donc après c'est vrai que c'est difficile de toujours pouvoir proposer des services équivalents et de même qualité sur un de ces « autres modèles » comme tu le dis.

Ensuite, tu sembles porter un regard sur ces réalités avec assez de recul et avec une représentation assez « modérée » dans le bon sens du terme. Du coup quand tu lis de la doc, des articles ou même des commentaires assez colorés ou très manichéens, quand tu discutes avec d'autres docs, est ce que tu vois des représentations assez variées par rapport à ça ?

Par rapport à la représentation de Google ? (*oui*) De manière assez caricaturale, c'est vrai qu'on entend entre nous des discours un peu « Google c'est le grand méchant loup » , « il faut pas l'utiliser » etc . mais souvent c'est un peu « faites ce que je dis pas ce que je fais » parce que les trois quarts, même les neuf dixièmes utilisent Google et après, je pense qu'il y a comment dire, pas du snobisme mais un petit peu dans le fait de dire « non mais il faut utiliser d'autres outils » alors qu'au final on utilise tous Google parce que on sait très bien les défauts que ça a, on sait très bien les problèmes

de réutilisation de données, mais c'est le plus simple et par raccourci on va là dessus. Voila, donc il faut arrêter de nier la réalité, il faut l'accepter, après je pense qu'il faut essayer d'en avoir une utilisation raisonnée et peut être travailler sur une amélioration de ce type de modèle en prenant part à des projets comme par exemple, je vais encore parler de schema.org et des micro données, mais parce que là c'est typiquement quelque chose qui est en cours d'incubation et que c'est alors à ce moment là que l'on peut intervenir pour éviter que ça parte dans un système qui nous correspond pas. Et puis voilà, je pense que si on a une utilisation raisonnée du système, si on prend ce qu'il y a à prendre, sans avoir une utilisation absolue ou en refusant totalement de l'utiliser, je pense que ce sont des outils intéressants et qu'il faut pas s'en priver dans l'état actuel.

Ça se tient bien sûr, c'est même le parti pris de certains qui essayent quand même de raisonner sur le principe.

(Formulations de fin d'entretien et remerciements)

Entretien 2

(Demande d'un rapide point de présentation, sur les tâches, activités documentaires et pratiques professionnelles et documentaires)

Au sens large on va dire, je suis chargée d'archives audiovisuelles, donc je travaille principalement sur un fonds d'archives audiovisuelles. Mes pratiques documentaires sont surtout – en tous cas pour ce qui est de l'utilisation de la base de données documentaires – de la description documentaire, pour pouvoir parvenir à la valorisation des images et les diffuser à un plus grand nombre, et ça passe aussi ou entre autres par internet bien entendu, mais pas que. En tous cas pour pouvoir avoir une visibilité un peu plus large sur les fonds, c'est un peu le passage obligé. On ne peut pas trop en faire l'économie. Et du coup là d'ailleurs on est en train de – en prémices, parce qu'on a déjà le site médiascéren qui reprend déjà une partie du catalogue du

fonds d'archive – on est en train de monter un nouveau projet pour essayer de développer l'offre autour de la valorisation des œuvres du fonds que l'on conserve ici et plus largement dans le réseau.

Ensuite, mes tâches comprennent aussi la conservation, une mise en valeur de l'histoire du fonds au sein du patrimoine éducatif en France. Mais la finalité est vraiment de pouvoir y donner accès à ces images en ayant un minimum d'informations à donner autour pour qu'on puisse comprendre le document.

Merci bien. Sans transitions, si je te dis maintenant de te prêter au jeu de me dire, spontanément tout ce qui te vient à l'esprit si je te dis simplement « Google ». Mots clés, phrases, ce que tu veux... .

Alors forcément déjà ça va être moteur de recherche parce ce que c'est que comme ça que je l'ut... non c'est faux, parce que justement bah ça me fait aussi penser à Gmail et à tous les services associés, parfois on peut dire « contraintes » aussi justement, parce que tout est justement associé et parfois ça suppose de... . Ensuite je ne sais pas quoi dire parce que à part dire moteur, gmail et les autres services associés à google justement qui... . Je sais pas peut être google car ? (rires)

Après il y a tout ce qui est ergonomie, l'accessibilité qui permet justement de trouver rapidement les informations recherchées, même si c'est pas toujours pertinent – de moins en moins d'ailleurs. (rires). Mais c'est un avis personnel mais bon peut être que je me trompe et que c'est moi qui, avec mes pratiques, recherche moins bien ? Après, j'allais dire « je l'utilise de moins en moins » mais je suis pas sure de mon coup donc, c'est peut être moi qui me fait des idées.

Ce que je retiens c'est que quand on questionne un documentaliste sur ça, on arrive toujours rapidement sur l'accès à l'information et les pratiques informationnelles alors que si j'avais fait un micro trottoir, on aurait eu droit en premier à des montées au créneau sur l'entreprise et la vie privée !

(rires) Bah oui évidemment il y a aussi ces choses là à prendre en compte mais c'est vrai que l'on pourrait le transposer à tellement de choses que finalement ça fait partie un peu du tout et on le pense sans le citer. C'est un peu con aussi de réagir comme ça

parce que c'est vrai que même du point de vue du documentaliste ça a son importance et ça pourrait être pris en compte justement. Mais c'est vrai que je voilà je n'y ai pas pensé naturellement (rires).

J'aurai envie de dire aussi que, en impression en tous cas, personne n'est dupe et il y a une sorte d'implicite quand on aborde tout ça. Je pense aux droits d'auteurs entre autres.

Après c'est un sujet assez vaste et vu les domaines d'expertise qui peuvent le recouvrir, parce qu'on parle du moteur de recherche mais il y a pas mal de recherches de la part de Google qui en sont totalement éloignées, les documentalistes peuvent aussi surveiller de ce côté là.

Merci. Tu commençais à en parler, dans ton exploitation du moteur de recherche, tu as le ressenti – si je surinterprète pas hein ? - d'avoir peut être un peu moins de pertinence dans les résultats ou en tous cas des modalités de recherches qui doivent être un petit peu plus différenciées pour arriver aux mêmes résultats que précédemment ou qu'il y a des années ?

C'est l'impression que j'ai eue, pas là directement dernièrement mais au fil du temps et de l'utilisation, j'avais l'impression de trouver plus rapidement ce que je recherchais sur internet avant qu'aujourd'hui en fait. Et d'ailleurs je sais plus si c'était hier ou bien, il y avait un article qui disait – bon sous forme de question – donc demandait si les premiers résultats de Google étaient toujours aussi pertinents que... enfin voilà. Du coup c'est vrai que ça demanderait de creuser un petit peu parce que... . Après peut être qu'on devient aussi de plus en plus exigeants et du coup c'est l'impression que moi j'ai ?

Si on parle du moteur de recherche plus spécifiquement, c'est vrai que je fais ces constats mais c'est par pour autant que j'utilise un autre moteur de recherche, même après avoir essayé mais de manière peut être pas assez poussée. J'ai pas forcément malgré tout trouvé mieux ailleurs. Parce que du coup en ayant essayé d'autres moteurs de recherche, c'est pire.

Parce que tu avais essayé quoi, du genre ?

Déjà en tombant pas hasard sur les Bing depuis d'autres PC ou des trucs comme ça. Je trouvait que c'était pas forcément pertinent mais après c'est peut être aussi parce que je suis conditionnée par … (rires). Et puis il y a l'ergonomie dès le départ qui fait que c'est assez simple, enfin épuré qui fait que tu as pas l'impression de prime abord d'être happé par tout ce qui se passe autour. Bon après c'est un peu plus le cas quand tu as ta page de résultats. Je sais aussi que ce qui m'a étonné, c'est de s'apercevoir que mes recherches, par exemple que je peux faire au boulot ou chez moi, eh bien en fait je les retrouve partout. Enfin par exemple, je vais taper un mot clé sur le moteur de recherche au boulot, eh bien je vais le retrouver sur mon moteur de recherche Google chez moi. Je sais pas comment, enfin je sais comment... sauf que oui, j'ai mon compte c'est vrai qui est toujours ouvert mais c'est l'inconvénient du compte : dans l'absolu c'est pas dérangeant mais je trouve ça quand même un peu intrusif. Après justement ce qu'on m'a dit, c'est « la connexion des comptes chez Google » mais on en revient à ce que je disais tout à l'heure, tu as tous les outils google qui s'associent et du coup tu rentres dans un système fermé où il y a plus de barrières entre... . Bon vu l'utilisation, ça me paraît normal mais enfin bref. Au début j'étais surprise parce que je me disais « mais quand même c'est étrange j'ai pas fait cette recherche ici » mais bon il fallait que je percute parce que je suis pas toujours très très logique dans mon esprit. Après sur ça c'était rien de... très très grave mais enfin c'est un signe.

Oui tout à fait . Après je rebondis vite fait, tu avais dit justement que tu avais lu un truc l'autre jour. Tu étais tombée sur l'article – allez osons-le ! – « sérendipitesquement » ou c'était plutôt du fait de certaines pratiques de documentaliste, etc. ?

Là pour le coup pour cet exemple là en particulier je suis tombée dessus sur le fil d'actualité – je sais plus si c'était twitter ou facebook – mais je suis tombée dessus et voilà, c'est par ce biais là. C'était pas forcément suite à des recherches quelconques. Après voilà, je l'ai vu, du coup ça m'a intriguée puisque je m'étais déjà posée la question en me demandant « mais voilà, sur les résultats, qu'est ce qui s'affiche, ça a changé ou bien ? ». Du coup, ça m'a, oui, interpellée ?

Après, j'ai lu cet article là mais je suis pas forcément partie pour creuser la question davantage.

Peut être, mais bon, disons qu'avant tu pensais en avoir conscience et cet article t'a permis de voir que d'autres avaient aussi cette impression, c'est déjà une chose ? Et du coup on parle d'impressions partagées, donc potentiellement d'échanges etc. par exemple entre pairs et tout, parce qu'on sait que bon, entre docs, comme partout on parle aussi souvent en circuit clôt – des fois avec des pièces rapportées, informaticiens mais bon...

(rires) ça arrive ! Les deux je veux dire, mais oui c'est sûr, en mode « radio moquette »...

Ça plairait à McLuhan (rires). Et au cours de ces échanges ou dialogues, tu retrouves des échos à ce que tu dis ou au contraire des contrastes d'opinions ou de représentations ?

Hum... pas tellement, alors après il y a peut être des échanges d'informations mais pas spécifiquement sur cette thématique là même si ça a pu être abordé. Après je sais que, via les recherches qu'on peut faire mais qui s'apparenteraient à de la veille, mais sans forcément d'outils particuliers, on s'échange des infos entre nous via internet justement sur la conservation du patrimoine, donc sur les affaires de numérisations tu vois, sur les formats... . Mais après sur ces choses là, ça se fait comme ça, un peu spontanément et pas sous le coup d'une volonté plus réfléchie en amont.

Après je suis pas – sans critiquer – assez passionnée ou tordue qui pense avec des chiffres pour suivre une veille approfondie du truc sur ce sujet là en tous cas. Après dans les grandes lignes c'est bien de rester au courant de ce qui se passe aussi parce que ça influe ou ça peut influer en tout cas sur le reste de ce qui se passe sur le net. Donc ne serait ce que pour ça, c'est intéressant, mais j'avoue que de moi même je creuse pas plus que ça.

Et puis même sans creuser, peut être qu'on voit passer des choses comme tu le dis, peut être moins techniques mais...

Oui voilà c'est ça exactement, c'est tellement lié à plein de choses qu'on le voit aussi dans les infos... je veux dire grand public. C'est aussi par ce biais là que ça passe : c'est vrai que quand je prends connaissance d'infos sur l'actu google, c'est surtout par un titre qui ressort à côté d'un article... c'est pas génial je sais...

Ça marche comme avec le journal t'inquiète ça a pas changé ! En parlant de changement, j'ai remarqué dans ton questionnaire une alternance d'emploi entre Firefox et Chrome ? Du coup il avait une raison ?

(rires) alors c'est tout con : la raison c'est selon les interfaces qui fonctionnent pas sur Firefox ou sur Chrome. C'est surtout pour ça que je navigue entre les deux, notamment quand j'utilise Nuxeo et ce qui s'ensuit, ou pour d'autres raisons : je te donne l'exemple de Nuxeo mais c'est pas le seul ! Ce qui fait que c'est pour cette raison là que j'ai indiqué les deux en particuliers. Du coup cette alternance est un peu devenue un réflexe.

D'accord, je pensais plus à des motivations techniques, ressources etc. ou même la toile de fond écosystème mais j'avais pas songé à une incompatibilité avec des outils maison.

Bon pour IE, je l'ai mis mais qu'on me jette pas de pierres, c'est juste parce que je l'ouvre très rarement en général quand c'est par défaut sur un portable en salle de réunion.

Ok. Pour revenir brièvement sur tes motivations d'emploi de services Google, tu avais parlé – au moins pour le moteur – de rapidité, simplicité, ergonomie ? J'ai oublié quelque chose ? ou concernant le reste ?

Hum, oui, même si je me plains c'est pratique oui... et l'habitude aussi. Et pour gmail au début on a l'impression – c'est bête parce que c'est pas le cas mais – de pouvoir créer un compte plus anonyme : c'est pas ton fournisseur ou la Poste. Ça coûte rien de

la créer et du coup on l'emploie pour tout et ça devient vite ton mail principal, que tu donnes facilement et que tu utilises pour tout et bien sûr les comptes youtube, google+... même bidons.

Ça a du sens oui. Du coup on est revenus sur les motivations d'utilisations, mais au niveau exploitation des outils ou des possibilités etc., est ce que tu utilises les choses pour l'habitude comme tu dis, la familiarité ou l'ancrage dans les pratiques ou alors tu t'en sers aussi parce que tu peux bien exploiter les fonctionnalités que ça offre ?

J'avoue qu'il y a la familiarité. Après sur l'outil en lui même, j'avoue qu'il est assez simple d'utilisation. Donc au fur et à mesure de l'évolution, justement, on a pu voir les recherches qui sont proposées quand tu tapes tes mots clés. J'avoue qu'il y a ce côté pratique dans l'usage qui fait que même des fois, quand tu commences à taper un mot pour une recherche précise et quand tu as ces propositions, il y a des choses auxquelles tu avais pas forcément pensé qui s'affichent et tu te dis « ah ouais j'ai tapé ça mais faudrait aussi que je pense à regarder ça !». Et du coup, pour ça c'est un côté assez intéressant, et ça a un peu modifié ce que je regarde : maintenant c'est vrai que je prends un peu le temps de regarder aussi ce qui est proposé. Après je suis pas sure non plus de l'utiliser de la manière la plus technique. Je me contente de ce qui est proposé après utilisation de mots ou de façon de rechercher pour orienter un peu plus les résultats mais bon, je me limite à ce genre de démarches et je suis pas sure d'aller très loin dans son exploitation.

Après, peut être que le besoin d'aller très loin se ressent moins en voyant que, comme tu le disais et ça peut nous intriguer ou on est un peu réticents à l'idée, mais c'est vrai qu'il y a ce côté écosystème que tu utilises et qui se retrouve du boulot à la maison et donc facilite toujours les recommandations qui répondent un peu mieux aux besoins parce nos centres d'intérêts sont ciblés, « compris » etc. Du coup, un filtrage de bruit ou une orientation plus pertinente se fait peut être passivement laissant la place à la simplicité ?

Oui au départ je me demandais vraiment quel était l'intérêt pour nous de ce ciblage, mais après c'est comme pour tout, tu t'y fais aussi. Enfin en tous cas je parle pour moi, mais du coup le fait que ce système soit un peu lié suivant tous les autres services et ce qui s'en suit, ça a aussi des côtés utiles. C'est le principal truc qui nous est vendu en même temps même si tu peux te dire que c'est un peu contraignant ou problématique. Après ça m'empêche pas du tout de l'utiliser hein ? (rires)

Sur les aspects problématiques, si on prenait un peu plus de recul pour adopter une vision un peu plus globale ou s'orienter vers ce qu'il y a en toile de fond, est ce que ce qui se dit sur la société Google, depuis ces dernières années, ça a eu une influence sur ton utilisation de ses services ?

Peut être que j'ai pas assez creusé le truc pour que j'arrive à identifier quand il y a des choses qui font que ça facilite ma recherche sur Google mais j'avoue que je me contente de m'en apercevoir quand je l'utilise. Après même avec Prism, les données personnelles sur le devant de la scène, quand on voit que leur récupération te sert aussi à... d'atterrir sur de nouvelles choses et de trouver les informations que tu cherches, ou que tu cherchais pas mais que du coup tu as fini par trouver et qui complètent ta recherche à la base, rien que pour ça c'est utile et intéressant, quoi qu'on en dise. Je culpabilise pas particulièrement sur ce point là (rire). C'est un moyen qui me permet d'accéder à ce que je recherche, je m'y retrouve. Mais ça n'empêche de rester lucide et d'avoir un œil critique de savoir qu'il y a des côtés plus négatifs.

(brève synthèse des différents axes abordés, formulations et remerciements de fin d'entretiens)

Entretien 3

(Demande d'un rapide point de présentation, sur les tâches, activités documentaires et pratiques professionnelles et documentaires)

Donc je suis documentaliste terminologue à Canopé. Je travaille sur plein de projets différents. Sur les vocabulaires mais pas que, sur un projet de réseau social pour les enseignants, des projets R&D autour notamment de la… pour aider les profs en gros à trouver des contenus qui pourraient les intéresser. J'ai été amenée à tester des plate formes pour différents projets : me balader sur le site et cliquer un peu partout en fait.

En pratique, je fais donc un peu de veille sur les vocabulaires. Je me suis intéressée aussi aux moteurs de recherche puisque je devais bosser dessus dans le cadre de différents projets aussi.

Ok merci, il y a plusieurs points sur lesquels je reviendrai du coup. Mais avant tout, pour se mettre dans le bain, laisse donc libre court à toute ta sémillante spontanéité, pour me dire en quelques phrases, mots etc. ce que t'évoque Google – terme que je ne désambiguïserai pas naturellement.

Déjà, ils ont quand même un certain génie : arriver à ce qu'autant de monde utilise le moteur, voila. Plus après tout ce qu'ils ont construit derrière, ils sont malins quoi. Et puis à côté de ça tu sais aussi qu'ils sont un peu dangereux, qu'il y a des trucs bon, qui sont pas géniaux, type récupération de données tout ça où bon, on sait pas trop ce qu'ils en font après. Sauf que, c'est un peu comme une drogue : tu arrives pas à t'en passer parce que c'est bien fait, et c'est pas dit que les voisins – si certains sont vraiment *cleans* je pense – mais les voisins sont pas forcément mieux de toute façon. Après c'est vrai qu'il y a aussi un petit côté créatif chez Google avec les petits Doodles qui changent tous les jours tout ça c'est cool aussi (rires). Moi j'adore, le matin quand tu arrives au bureau et que d'emblée vite fait tu peux te faire un petit jeu c'est sympa.

Après, ouais c'est un rapport ambivalent quoi, je pense que tout le monde peut dire un peu la même chose : c'est un peu un mal nécessaire. Ils sont géniaux mais il faut s'en méfier aussi un peu, un petit génie malfaisant on va dire. Après je pense aussi parfois qu'ils sont source de beaucoup de, comment dire : on va prêter à Google des choses qui… parfois il y a des rumeurs je pense qui doivent circuler aussi un peu sur Google et qui entretiennent l'image du « génie malfaisant » on va dire. Après je pense vraiment qu'effectivement au niveau politique / éthique du tout, c'est pas génial. De toutes façons on le voit bien quand tu tapes ta recherche, par exemple tu tapes juste

« météo » et qu'en premier on te propose la météo de la ville dans laquelle tu es alors qu'en plus mon smartphone je le localise jamais, donc c'est vraiment avec les traces de ce que j'ai fait qu'ils récupèrent et localisent tout ça. Donc voila, Google ça m'évoque ça : des petits malins, des Gros malins même.

OK, merci bien. Déjà pleins de points sur lesquels rebondir : déjà rien que dans ta présentation quand tu montres une pratique plus sensibilisée sur les principes même d'accès à l'information. Dans tes projets R&D on voit bien déjà un caractère un peu prescriptif, enfin disons plutôt préconisateur pour aider par exemple les professeurs comme tu le disais à accéder à l'information voulue ou pensée comme telle. Donc ça veut dire que – attention, c'est un comparatif un peu hasardeux – mais un peu à la manière de Google avec profilages via récupération de données etc. – dans le bon ou dans le mauvais sens comme tu l'as évoqué – ici aussi toi et ton équipe vous tentez genre d'anticiper les attentes, aiguiller au mieux les utilisateurs vers la réponse attendue ou voulue même si leurs requêtes sont pas forcément habiles.

Ouais le parallèle est intéressant, enfin ça me va, j'avais pas vu ça comme ça. Après la seule différence, c'est que Google va revendre les données et c'est en ça où c'est problématique. Parce que réutiliser des données mais dans un circuit fermé pour moi, ça serait bête de pas les réutiliser. Vu que tu pars du principe que ton but est de satisfaire l'utilisateur, du coup tu récupères tout ce que tu peux sur lui. Voila je veux dire, la récupération des données effectivement en soi c'est pas une mauvaise chose. Tu peux rentrer dans de la récupération de données sans être dans un modèle économique d'exploitation de ces données. C'est une logique dans l'ère du temps, on essaye de tirer bénéfice d'un peu tout pour se simplifier la vie.

Ok. Oui aussi tu disais que tu bossais dans tes projets sur les moteurs de recherche aussi. Du coup ça veut dire quoi, que tu regardes un peu ce qui se passe sous le capot ? Tu vas plus dans le côté technique ou alors dans une phase d'essai, voir comment les informations remontent, la prise en charge de principes de référencements etc. ?

J'avais regardé un petit peu, après c'est un projet qui s'était arrêté. De toute façon, pour ce qui est algorithmes tout ça c'est tenu secret alors tu peux pas trop savoir. Après ce qui est intéressant aussi c'est de voir comment les résultats sont présentés d'un moteur à l'autre, les facettes, ou même l'interface du moteur. C'est peut être ça une des facettes clés du succès de Google.

Tout à fait. Un succès, tu parlais d'unanimité pour l'utilisation du moteur, de le retrouver tous les matins, est ce que ça serait surinterpréter que de dire qu'on pourrait parler d'une forme d'ancrage dans les pratiques du quotidien relatives au net et à l'information en général – …

– Tu parles de Doodle ou de Google ?

Le tout Google, donc oui un Doodle aussi pourquoi pas – heu pas le truc d'organisation hein ? … .

Bah de toutes manières, Google est prégnant sur le web, ça c'est indiscutable. La première page sur le net, c'est toujours blanc avec les petites couleurs. Et sans ça, on arrive nulle part sur le net, c'est ça qui te donne l'info pour rejoindre ce que tu veux dedans, et ça marche bien.

Vu que ça marche et qu'il y a aussi une habitude à l'outil, est ce que cette présence au quotidien fait qu'on ne cherche plus forcément ailleurs d'autant plus que les autres comme tu le disais font peut être pareil mais à moindre échelle –

– Et en moins bien.

Et en moins bien donc. Ça veut dire que tu as essayé ? Recherché, pas forcément des alternatives mais disons, plutôt comparé avec ce qui se fait d'autre à côté ?

Oui, oui oui un petit peu, après c'est vrai que moi je suis restée à Google parce que tout simplement parce que j'ai la flemme de reconfigurer tous mes trucs et de mettre d'autres moteurs par défaut. J'avoue que c'est vraiment ça, et puis souvent quand je

fais une recherche, même au début je la fais souvent depuis la petite barre en haut à droite – je vais très peu sur la page d'accueil de Google – sur mon smartphone ou autre et c'est vrai que par défaut c'est Google qui est installé et, honnêtement c'est par flemme de changer. Après c'est sûr que les pratiques ont changé dans le sens où – là je parle du point de vue personnel, mais même pro – parfois il y a des questions qu'on se pose qui appellent des réponses rapides. Et je sais très bien que si ces réponses je pourrai les retrouver sur tels sites ou bases de données ou je sais pas quoi, je sais aussi qu'en tapant directement dans la barre de moteur de recherche je vais trouver. Donc dans ce cas là je me fatigue pas et vais directement en haut à droite sur la toute petite barre, je tape ce que je veux et j'ai la réponse tout de suite. Donc je pense que ça a changé les pratiques. Mais après je pense aussi que quand on est pro de l'info doc on sait ce que ça vaut quand même : on sait que si on trouve pas pile ce qu'on veut, c'est que Google est pas adapté et qu'il faut passer par d'autres moyens, là où peut être que le grand public ou certaines personnes vont pas savoir.

Et est ce que tu penses que cette efficacité, par rapport au grand public – je pense même à tes professeurs dont tu parlais – amène à une conception simplifiée de la recherche qui change pour le coup la nature de tes devoirs ou objectifs en tant que pro de l'info doc, je pense toujours à ton projet R&D ?

En gros tout le monde utilise Google, donc ça marche. Quand tu fais une recherche et que tu as pleins de résultats, ça te va. Ce qui fait que même simplifiées, les recherches du grand public ont du succès, sinon ils iraient ailleurs. Après « X » me disait qu'elle avait lu un article où en gros le pourcentage de recherche en un mot ou deux maximum était énorme. Du coup j'avoue que oui, quand ils sont sur autre chose et qu'ils cherchent pas différemment, ils peuvent pas trouver et après, c'est là où il y a besoin d'une intervention des docs pour ré-aiguiller... enfin rendre l'information plus accessible en devant faire avec ces requêtes assez restreintes. C'est bien hein ? ça donne du boulot aux docs. Le souci après c'est plus pour les questions plus pointues ou les élèves qui ont besoins d'infos fiables et tout, et là justement ça peut être gênant parce qu'effectivement : ils s'imaginent même pas que le web des moteurs de recherche type Google est assez restreint et qu'au final il y a plein de choses cachées. Et puis en plus c'est vrai que, truc tout bête, aller dans une base de donnée spécialisée

dans un domaine précis ou se dire que l'information tu vas la trouver dans un bouquin et qu'il faut d'abord trouver le bouquin : eh bien c'est vrai que tu as un peu plus de manips à faire parce que déjà il faut que tu accèdes à la base de données, ensuite que tu comprennes les logiques du moteur de recherche de la base de données qui est souvent moins intuitif que Google même si je pense que il y en a certaines qui sont un peu sexy, plus intuitives. Mais il y a cet effort là à faire, et je pense pas que les gens aient particulièrement envie de le faire. Déjà que les profs... quoique si eux aussi ne sont même pas conscient que dans Google, tu as qu'une partie du web mais tu as pas le reste... Ca dépend vraiment de la recherche que tu veux faire : pour une pâte à crêpe, Google c'est largement suffisant. Après quand tu recherches des choses plus précises sur un sujet plus pointu… la question est la même avec Wikipédia : si tu veux une information assez générale sur pas mal de sujets en plus, tu retrouves assez peu de conneries surtout sur les sujets qui reviennent souvent parce que c'est tellement lu relu que les gens vont plus ou moins corriger de façon globale. Alors que si tu veux un truc plus précis, c'est sûr que Wikipédia peut être une première approche mais il faut autre chose pour compléter. Pour Google, c'est pareil, ça peut être une première approche parce que ça va te faire penser à d'autres mots clés ou je sais pas quoi mais après si tu veux d'autres informations plus précises, il faut aller chercher plus loin.

Après moi j'utilise tout le temps Google... . Enfin, moi quand je cherche, soit je connais directement le nom du site et je sais ce que je veux donc je vais directement dessus, soit je fais une recherche simple Google – parce qu'il est installé par défaut, et que j'ai la flemme de changer. Après je pourrais très bien changer les paramètres et mettre Ixquick ou duck duck go ou des trucs comme ça... Je pourrais très bien le faire mais ça changerait mes habitudes.

Ces exemples que tu cites justement sont pourtant proches de Google ou même des « autres qui font pareil mais en moins bien » – pour Ixquick et Google ou DDG et le reste – à l'exception par contre du principe de tracking. Cette nuance représente quoi pour toi ?

Bah ça ôte peut être le ciblage du périmètre de ce qu'on recherche, ce qui est un bien ou un mal, mais bon à mes yeux, ça te rends moins ce que tu cherches réellement, donc il y a moins de simplicité. Si tu optes pour ces trucs là, c'est plus après pour des motivations plus personnelles ou engagées... .

Du coup, le caractère engagé dans la démarche de choix est d'une certaine manière le fruit d'une représentation qu'on se fait de ceux qui conçoivent tel ou tel moteur – ou même du moteur en lui même « anthropomorphisé » pourquoi pas ! Est ce que pour toi il y a des facteurs qui influencent tes représentations à ce sujet ?

Ouais il y a pas mal de choses qui se disent sur Google et ça a une influence dans le sens où je me dis que ça pourrait être bien d'arrêter d'utiliser Google mais je fais rien non plus pour arrêter d'utiliser Google. Mais je te dis, c'est plus un peu de la flemme de changer, enfin c'est pas génial de dire ça mais, un peu comme si tous les matins tu prenais le bus alors que tu râlais et que tu pourrais très bien prendre ta voiture, mais tu le fais quand même. Tu te dis « bon ça serait mieux de » mais en fin de compte tu es quand même content de la situation.

Ok merci. Et au niveau de ce qui se dit sur Google, tu tiens ça d'où ?

Tu veux dire où je l'ai lu ?

Oui oui. Lu... vu, entendu, les sources ou le contexte oui.

Oh bah des fois tu furètes sur des pages de médias et tu vois un grand titre, des fois tu cliques et des fois... . Enfin faudrait peut être que je m'y intéresse mais non honnêtement je fais pas trop l'effort. Après, tu peux même voir au final ce qui se passe autour rien qu'avec l'orientation des titres sur le net et la fréquence d'articles, ça te montre direct qu'il y a quelque chose et après quand on te dit « eh tu as vu Google en ce moment ? » tu réponds « ah ouais les données là ? » et puis on en reste là. Mais en gros oui, « le Monde », les pages d'actu dans des portails, puis la radio aussi un peu, sur Inter ils en parlent de temps en temps... .

Mais sinon, la plupart des trucs, j'ai l'impression qu'on le sait déjà quoi. Quand on te dit « ah Google récupère tes données », ben c'est comme si on disait « oh bah tiens, tout ce qui est sur Facebook appartient à Facebook ». Sans blague ? Enfin. Après des gens semblent tomber des nues. Après que Google ait des liens avec telles ou telles entreprises, ben je m'en fiche un peu quelque part, ça paraît tellement logique. Et puis Google en serait pas là si elle revendait pas ou se renseignait pas autant sur ce que tu fais. Ca ne m'étonne pas en fait.

Après non je suis pas de près pour savoir exactement si les patrons de Google sont copains avec bidule truc qui est un ancien franc maçon. Bref, ça m'intéresse vraiment pas les trucs comme ça je m'en fiche, c'est pas ça qui va changer ma façon d'utiliser... enfin.

Mais oui on a parlé du moteur de recherche surtout mais faut peut être pas ?

Oui, c'est sûr, c'est assez centré dessus et c'est un peu volontaire vu que tu utilises rien d'autre à ce que j'ai lu sur le questionnaire – ...

…– Ah bah déjà si il y a chrome ! Bon j'utilisais un petit peu ici parce qu'il y avait une interface que je devais tester et qui tournait que sous chrome, mais après j'ai vraiment pas l'habitude d'utiliser non. Ah si il y a gmail, c'est l'empire Google gmail ?[172] Je l'avais utilisé pour me créer un compte pour je sais plus pourquoi mais c'est tout. L'adresse Gmail, il y a personne qui l'a pas quoi.

Ok merci des détails. Oui ce qui aurait pu être intéressant au cas où, ça aurait été de voir tout ce qu'il y aurait eu alors autour d'un compte Google, l'interconnexion de services etc.

Bah ça justement j'aime pas. J'ai un compte Google mais que je n'ai pas connecté. Par exemple si je vais sur youtube, je crois pas que j'ai un compte ou alors quand je suis identifiée, je me déconnecte j'aime pas ça. J'ai pas envie de multiplier les points d'accès à... . (silence, pas de reprise)

172 Pure question rhétorique

Et du coup tu as géré quelques paramètres particuliers pour ça ?

Bah comme je te dis, je me déconnecte , je me mets des fois en navigation privée... .

Ok d'accord c'était juste pour savoir, comme on avait évoqué avec ton smartphone et la météo des précautions que tu semblais prendre. D'ailleurs, tu es sous quel OS dessus ?

Android mais c'est pas pareil. Enfin je sais pas tu penses à quoi ?

Oulala avant tout, juste à ratisser un peu pour voir sur quoi on pourrait rebondir pour parler écosystème par rapport à tes expériences et pratiques, mais après c'est vrai que vu ce que tu disais sur la météo et la localisation et le fait que tu disais tout bloquer, en apprenant que tu avais un compte, pour rester dans l'interconnexion tout ça, ça pouvait être un des éléments d'explications ?

Comment ça ?

Ah, bah... Je crois que sous android, tu as un reporting de lieu et un historique de localisations aussi. C'est en off à la base sauf si tu le changes toi même, ou si tu acceptes sur maps, ou que depuis ton portable tu t'es connectée à ton compte alors que sur ton pc tu avais déjà accepté. Bref, là en plus ça stocke ces données sur un serveur Google.

Et c'est pour ça que ça me donne la météo d'ici ?

*Ah non pas que, ça peut y jouer oui mais rien que ton IP, ton navigateur, le site sur lequel tu es, les autorisations tacites devant être modifiées ou annulées. Enfin bref, je m'égare désolé. Donc oui l'identification etc. tu aimais pas – (*interruption*)*

– Après ils sont pas cons. Enfin je veux dire à mon avis ils ont repéré l'IP, ils ont fait le lien en disant que telle adresse peut être avec telle IP, et puis que finalement, la « *prénom du répondant* » là qui a cette adresse là, elle fait aussi tel truc. Après je pense pas qu'ils sont tout le temps derrière leurs machines à traquer tout ce que tu fais quoi.

Oui au pire c'est juste enregistré... .

Voila c'est juste ça mais c'est pour ça que j'évite de tout interconnecter. Après est ce que c'est vraiment utile ? Je sais pas trop. Parce que dans le sens où oui j'ai plusieurs comptes mails qui sont reliés à la même adresse à la création, du coup tu peux faire un recoupement quoi. Mais il y a une logique de préservation un peu.

(brève synthèse des différents axes abordés, formulations et remerciements de fin d'entretiens)

Entretien 4

(Demande d'un rapide point de présentation, sur les tâches, activités documentaires et pratiques professionnelles et documentaires)

Je travaille comme documentaliste. Actuellement je travaille sur la conception, enfin pas la conception, sur l'amélioration et la mise à jour d'un thésaurus fait en grande partie pour les CDI des établissements scolaires et aussi utilisé par d'autres personnes notamment au sein du réseau.

Ok merci, et donc ça induit quoi ce type d'affectation et de poste en terme de tâches et pratiques professionnelles et documentaires?

Le thésaurus est utilisé pour indexer, décrire donc et indexer les ressources liées à l'éducation, mais c'est des ressources vraiment de n'importe quels types. Tu veux que je décrive quoi, les mises à jour, le travail au quotidien ?

En fait juste ce qui te semble correspondre, derrière ces finalités que tu me donnes, à tout un spectre d'activités et de pratiques pour y arriver, tout le travail sur l'information que tu serais amenée à faire et ce dont quoi ce travail se compose ?

Disons que comme moi je suis sur la conception et l'amélioration du thésaurus, normalement, moi dans ma pratique, je n'indexe pas. Par contre c'est sûr que je pars du principe que pour faire un thésaurus, c'est pas juste savoir à quoi il sert mais être confrontée à l'indexation. Bon j'y consacre carrément pas assez de temps d'après moi, pas encore pour l'instant en fait, mais j'essaye en tous les cas de rester en lien avec les usagers pour qu'ils me fassent remonter des suggestions ou des interrogations. Après, le thésaurus devant servir à indexer les ressources proposées par Canopé et les ressources disponibles en établissement scolaire, on est sur un catalogue assez large, que ce soit sur le type de support : CD, dvd, pages web, ressources numériques, des livres romans, documentaires etc. et comme c'est aussi bien pour collège lycée et – on l'oublie souvent – mais pour certaines classes post bac comme les bts et les prépa, ça peut être aussi bien de la littérature lecture de plaisir, que ce qui correspond aux programmes scolaires : ceux des filières générales mais aussi spécialisées, d'où la création de deux thésaurus spécialisés pour l'art et les établissements agricoles. Mais le fait de travailler là dessus, comme je peux pas tout savoir, nécessite que je me tienne au courant et que je vérifie certaines ressources et c'est là par exemple que Google va m'être utile.

Donc pour le thésaurus, je vais élaborer des propositions mais je suis pas la seule, et il y a un comité d'orientation composé de professeurs documentalistes, de personnes de Canopé et de documentalistes venant d'organismes partenaires. Certains d'entre eux travaillent sur la conception de vocabulaires mais la plupart d'entre eux interviennent deux fois dans l'année pour voter si oui on non on admet les propositions dans Motbis pour pas qu'il y ait de choses trop inutiles. Donc il va y avoir au cours du comité de la recherche, de la vérification et là on utilise Google pour chercher des sites mais on va aussi l'utiliser pour voir par exemple c'est tout bête : quand on hésite à trouver le descripteur retenu pour un concept, on va taper les deux propositions dans Google et on va voir le nombre de résultats respectifs qui sont dans

Google. C'est pas qu'on va choisir forcément ce qui est le plus visité dans Google, parce que les gens sont peut être mal renseignés, mais en tous cas ça nous permet de voir les pratiques des gens.

Donc c'est surtout par rapport à ça que je vais utiliser Google. On a pu l'utiliser aussi pour de la veille sur l'actualité, mais c'est pas forcément très pratique.

Du coup pour la veille via Google c'était quoi en particulier, Google reader, google actu ?

Oui voilà. Mais c'est pas forcément très très pratique.

Et après la fin de Google reader, vous avez pris quoi ?

Rien d'autre en fait, on faisait juste des recherches pour vérifier des choses à un moment donné si on y pensait.

Après en dehors de la veille, il m'est arrivé d'utiliser des « Google étrangers », c'est plus rare parce que nous on est pas dans une utilisation spécialisée : si on veut voir un auteur anglais ou un personnage anglais, ça peut arriver mais c'est pas... . Enfin c'est quelque chose que j'hésite pas à faire pour mes pratiques personnelles. Mais sinon comme c'est un vocabulaire généraliste pour des scolaires, on est rarement sur des choses très spécialisées.

Après dans le comité, les gens ont des intérêts et des cultures assez différentes. Il y a des gens qui vont s'y connaître plus en littérature, en histoire, sciences... . donc lors des comités, qui ont lieu deux fois dans l'année, les propositions sont soumises par enquête puis ensuite en direct et donc les gens ont généralement l'habitude d'utiliser Google pour chercher quelque chose. J'ai pas vu de personnes utiliser autre chose comme Bing ou... utiliser d'autres moteurs de recherches. Après je sais pas si ils le font volontairement ou non mais je sais que pour ma part je le fais volontairement parce que c'est le moteur de recherche qui me satisfait, dans tous ceux que j'ai pu essayer c'est celui qui me satisfait le plus.

Ok je vois, tu t'es donc donné les moyens de faire ce choix, et il s'est fait par rapport à quoi ?

Moi c'est vraiment volontaire. Bon ça fait un ou deux ans que je [ne] me tiens plus au courant de ce qui se fait en moteur de recherche mais ça fait longtemps que j'utilise pas mal internet personnellement, je m'étais déjà de toutes façons par curiosité intéressée à Bing ou les autres choses comme ça. Après dans la reprise de mes études, on a eu à comparer des moteurs de recherche, mais honnêtement j'ai pas vraiment été convaincue par les autres. Même en recherche simple, parce que oui deux choses : j'apprécie Google pour la recherche avancée, la façon dont c'est fait mais même dans la recherche simple, dans l'apparition et le tri des résultats, c'est quand même Google qui va m'intéresser.

D'accord, donc c'est à ce niveau là, au niveau des fonctionnalités et de la pertinence des propositions après requêtes que ça a établi un contraste avec les autres différents moteurs que tu as testés.

Oui, sans forcément parler de sagesse du peuple, quand il y a une bonne exploitation d'un truc en particulier, il y a pas de fumée sans feu. C'est intéressant parce que quand tu vois les gens qui utilisent Bing parce que c'était proposé par défaut etc., même les gens peu expérimentés gardent pas Bing enfin c'est très rare que les gens gardent Bing quand même. Bon déjà parce que les gens connaissent Google, et même pour avoir utilisé Yahoo ou des choses comme ça, en général ce que je fais quand je veux comparer des outils de recherche, c'est que je fais des recherches sur des choses que je connais comme ça au moins je vois quels sont les résultats qui devraient – enfin qui moi me paraîtraient logique d'apparaître, et c'est comme ça que j'ai pu comparer. Mais c'est vrai qu'honnêtement, je me suis pas intéressée à autre chose depuis la fin du master. J'ai pas été voir ailleurs.

Bah... il y a eu du va et viens, Qwant, Copernic... . A côté oui bien entendu tu as la persistance de Google, réputé, reconnu malgré des critiques ou en tout cas connu de tous comme tu le disais.

Oui il y a cette connaissance, par les médias, par l'entourage, par prescription aussi : je parle de Bing par défaut mais avec Google c'est pareil. Puis il y a aussi des motifs autres que les résultats qui me plaisent, la présentation me convient. La présentation me convient et il y a aussi ces – alors je sais jamais comment s'appelle ce qui est mis sur le côté là depuis quelques temps avec des informations sur l'auteur, le film... .

Le knowledge graph ?

Peut être oui. En tous cas, la présentation est là. Mais après c'est pareil, le plan visuel me va très bien mais si il n'y avait que le plan visuel qui allait et pas les résultats, je serai pas restée. Après est ce que je serai restée si les résultats m'allaient mais pas le plan visuel ? Sans doute... .

Bon alors j'arrive peut être avec mes gros sabots mais tu disais que les résultats te convenaient mieux sur Google. Déjà c'est vrai que sous le capot il y a peut être quelque chose d'apparemment plus performant aussi. Et à côté de ça, il y a peut être en plus des prises en comptes de facteurs donnant des réponses plus adaptées à tes centres d'intérêts exprimés sur le net ?

Je le sens pas trop. Je le sens pas trop, bon à part pour la localisation et quand je tapais « cinéma » etc. Moi pour le coup, je vois l'utilité et je comprends l'utilité mais non, moi j'aime bien qu'on me lache un peu la bride parce que pour moi même si je cherche des choses précises, la sérendipité est toujours intéressante et super importante et c'est toujours un peu dommage d'être enfermée dans un truc. Donc plus c'est précis, mieux c'est dans le sens que tu trouves plus facilement quelque chose mais le bruit est pas forcément négatif. Donc moi ça pourrait vite me gaver une trop grande adaptation à ce que je fais ou veux trouver. Je préfère limiter moi même le bruit par une recherche avancée que, qu'on choisisse pour moi – alors après on peut me proposer je suis pas obligée d'accepter – mais je veux pas qu'on m'enferme dans un profil et que parce que je vais sur des sites de cinéma forcément faudra me proposer quelque chose qui sera en rapport avec le cinéma. Surtout qu'en plus, Google est pas parfait non plus, comme personne, que le site peut être mal référencé etc. et même si je sais qu'il y a de grandes chances à ce que je trouves ce que je cherche dans la

première page de résultats, j'aille quand même dans la page 6 etc. Mais pour moi, taper dans Google, c'est aussi un peu taper dans l'inconnu et j'aime bien l'idée que je ne vais pas forcément tomber sur ce que je cherche, et que pour moi c'est un truc qui façonne l'identité majeure d'Internet et de Google. Parce que si je suis dans un catalogue de BM, non, surtout qu'en plus à trop circonscrire il y aura toujours un moment où à une faute de frappe près on n'aura plus ce qu'on veut donc, non. Je préfère circonscrire moi même mes recherches.

Et là en plus je pars vraiment effectivement d'un point de vue où je prêterai pas d'intention à Google ni rien, mais après tu prends quand même le risque qu'on va te proposer des pages en priorité comparé à d'autres etc. Mais bon là c'est Google en général et puis c'est un mode de fonctionnement un peu pareil dans d'autres moteurs. Mais je trouve qu'en resserrant on finit par prendre l'habitude de plus trop réfléchir et que moi j'aime bien farfouiller.

Donc là c'était une réflexion sans prise en compte de toute une image ou un contexte qui englobe Google d'autant plus actuellement. Et du coup si maintenant ça rentrait en considération dans ta réflexion, concrètement est ce que tu y prêtes une attention particulière au point d'impacter tes pratiques ?

Non, c'est à dire que c'est sûr que j'aurai été contente que mon moteur de recherche préféré ne soit pas Google, j'aurai préféré, mais ça allait. C'est sûr que j'aurai préféré que ce soit un autre, mais c'est même pas contre Google en général, mais c'est parce que j'aime pas forcément quand un acteur est omniprésent dans un domaine. Donc à un moment j'ai vraiment cherché d'autres moteurs de recherche, certains sur plusieurs semaines et au final c'est Google qui me convenait. Donc c'est un peu dommage, mais c'est comme ça. Je trouve pas ça saint qu'un groupe, même s'il a les meilleures intentions possibles, je trouve pas ça saint qu'un groupe soit omniprésent dans un domaine. Donc c'est pas faute d'avoir cherché autre chose que je l'emploie. Puis comme je disais, au niveau de l'ergonomie, des résultats, je suis toujours assez épatée : ils recensent pas que les trucs commerciaux, que les trucs les plus importants.

Donc bon, on peut les diaboliser sur certains points, il y a cet aspect un peu tyrannique à essayer de choisir pour nous parce que eux savent ce qui est le meilleur pour nous sans qu'on le sache, mais je reste dessus.

Et du coup quand tu parles de diabolisation, ça veut dire, bon c'est volontairement naïf comme question mais, ça veut dire que tu te tiens informée ou qu'on t'informe, au cours de discussions etc. ?

Ca m'intéresse mais on va dire que ça m'intéresse de loin. Je fais pas une veille de folie là dessus, je me tiens au courant de ça mais disons que comme les gens aiment beaucoup taper sur Google, c'est Google qui ressort beaucoup. Après ça serait bien qu'on ait la méfiance qu'il y a envers Google ou Facebook sur autre chose. Je suis sur Facebook mais c'est aussi en réfléchissant un peu. Le côté où on tape sur Google ou sur Facebook mais qu'en même temps on en profite sans se méfier, c'est à dire c'est le côté je tape sur Google mais j'utilise Twitter sans réfléchir, c'est quelque chose qui peut m'énerver. Donc je vais faire attention, quand je vois des articles dessus. Puis disons que j'ai une veille sur l'actualité en général sur ces domaines là donc je vais être au courant. Après je lis pas tous les articles in extenso.

Et en terme d'échange entre les pairs, dans le milieu doc, est ce que tu distingues des variations, des contrastes entre différentes représentation sur Google ou il y a un discours qui tend à être majoritaire sur un point ?

Non je connais personne qui utilise autre chose que Google. En même temps, les gens sont conscients de ces choses là. Après c'est toujours pareil, tant qu'il y a pas d'alternatives intéressantes, pour l'instant les gens sont dessus. Quand on peut en discuter, on voit que les gens sont un peu dans la même façon d'aborder le sujet que moi. Il y a encore quand même des docs enfin pas mal de personnes qui ont pas cette réflexion là et se posent pas de question. C'est à dire que heureusement que Google n'est pas le diable qu'il pourrait être parce que, il y a pas mal de documentalistes qui sont pas très méfiants. Ou qui croient l'être mais qui le sont pas du tout en fait.

Après c'est peut être là encore naïf mais est ce que tu crois que c'est relatif à certains cursus, à des tranches d'âge ? … ou plus à des personnalités ?

Oui plus à des personnalités parce que les tranches d'âge, on pourrait se dire que les gens jeunes récemment diplômés pourraient être plus ouverts là dessus et pas du tout. Et moi j'étais assez horrifiée en master – alors en DUT c'était un peu différent, pas que le DUT soit moins bon que le master mais parce que, les gens de ma promo cette année là il y avait eu des erreurs de recrutement, administratifs enfin bref. Mais je suis assez horrifiée de voir qu'il y a des gens qui ont 25 ans, ou 20 ans, qui ont fait leur cursus scolaire à une époque où internet à plus ou moins toujours existé, qui ont eu des formations scolaires tout le long de leur cursus et qui ne savent toujours pas qu'il y a une recherche avancée sur Google, qui l'ont toujours pas utilisée, qui voient pas l'intérêt. Et pourtant j'ai quand même l'impression que ce soit en DUT ou en master qu'on nous en a parlé. Après moi la recherche avancée je l'utilise peu, parce que je n'ai pas besoin de l'utiliser mais je sais que ça existe. Non en master et en DUT – moi je suis quand même d'une génération où il y a pas eu internet, voilà – et donc automatiquement tu te dis toujours que la génération d'après qui est née avec ça aura une pratique réfléchie parce qu'en plus les profs docs sont quand même là pour ça et que... ouais tu arrives avec des gens qui ont bac+3 ou bac+4 et qui savent toujours pas les bases de pratiques documentaires, et aussi le côté « on réfléchit pas » et qui se sont jamais demandés comment fonctionnaient les résultats et à qui on dit que la première page pourrait n'être qu'une somme de résultats volontairement mis en avant. Et les gens ont un manque de réflexion par rapport à ça... . Et ce que je trouve aussi assez rigolo c'est que pour certains d'entre eux c'est aussi un discours de gauchiste.

Dans le genre ?

Bah en gros se méfier de Google ça serait en général se méfier du mal, ça serait... enfin de la même façon ça serait les gens qui se rendraient pas compte que quand tu lis un journal ça pourrait être orienté de la même façon et qu'il est orienté ou volontairement, ou officiellement ou qu'il est orienté parce que de toutes façons on est tous orientés. Mais globalement très souvent les gens qui vont pas se poser de question sur Google c'est les gens qui vont pas non plus se poser de question quand ils lisent Le Monde ou quand ils lisent... . Ce que j'ai remarqué c'est que les gens qui sont pas méfiants de Google, c'est les gens qui vont pas beaucoup réfléchir à ce qu'ils font et qui ont toujours pas réalisé que dans les supermarchés c'est à la hauteur de

quelqu'un d'1m65 qu'on met les produits qu'on a envie de vendre et que les produits en haut ou en bas sont ceux qu'on a moins envie de vendre. Donc pour moi ça vient pas tant de l'utilisation de Google qu'à une façon de réfléchir sur ce qu'on fait en général.

C'est intéressant d'autant plus que bon, en t'écoutant je me disais qu'éventuellement pour les générations les plus jeunes, ce défaut de recul ou de réflexion est compréhensible du fait qu'ils ont grandi avec, que ça s'est ancré dans leurs évidences, d'où un déclic réflexif ou une sensibilisation moindre. Et pourtant ce sont les mêmes générations un peu conditionnées dans des habitudes qu'ils rejettent maintenant, je pense basiquement à certains types de consommation ou même simplement à toute sorte de junk food. Du coup cette capacité de « distanciation critique » est quand même avérée chez eux mais sélectivement et Google dans ce cas en fait pas forcément l'objet ?

Ou alors ce qui va pouvoir se passer c'est que les gens d'un coup vont plus vouloir utiliser Google et vont vouloir utiliser un autre truc mais auront toujours pas compris pourquoi ils utiliseront plus Google. C'est à dire que la question en fin de compte « pourquoi Google c'est le mal ? Ah bah parce que c'est le Mal ». Mais en tous les cas pour moi il y a pas de profils particuliers, pas un âge particulier, c'est juste une façon d'envisager sa pratique de l'information en général. Pour moi c'est plus une façon d'aborder l'information en général que Google seul. Et qu'on a le droit de regarder TF1 du moment qu'on sait ce qu'on regarde. Pour moi vraiment il y a pas de profils, pas de profils d'âge, pas de profil social. Même si le milieu peut aussi influencer dans le conditionnement. Dans certains milieu on peut pas imaginer écouter autre chose que RTL ou regarder TF1 et inversement, ne regarder que Arte et en même temps, ne regarder que les infos sur Arte c'est aussi être un peu orienté donc.

Ok merci. Dans ce cas, si on est dans les représentations, tu aurais quelques mots clés qui te viendraient spontanément à l'esprit sur Google ?

Alors, « couleurs », le côté un peu fun fantaisie de Google ; nouvelle façon de travailler, même si c'est un peu fantasmé tu as toujours ce truc là ; après rien de plus documentaire ou de plus pro : tu me dis Google, je vois des lettres de toutes les couleurs qui bougent.

(remerciements et fin de l'entretien)

Entretien 5

(Demande d'un rapide point de présentation, sur les tâches, activités documentaires et pratiques professionnelles et documentaires)

Je suis documentaliste. Actuellement je travaille essentiellement sur de la description documentaire, principalement pour un gros projet (éducasources). Je fais essentiellement de la recherche documentaire, sélection de ressources, descriptions. Tu t'intéressais aux outils, alors pour ça on n'utilise des outils … de chez nous ! (Numéribase).

Alors moi aussi c'est un peu compliqué parce que j'avais des activités que j'avais arrêtées avec la rentrée... après je fais aussi de la description pour un autre projet, internet responsable, et d'autres projets Canopé comme Corpus, ce qui est nos propres ressources. Après sur le projet principal, c'est nos propres ressources et ressources éditeurs. Donc voilà du coup cette année je travaille aussi à l'Atelier, donc centre de documentation interne « interne » on va dire (rires). Il est pas labellisé et il ne le sera pas normalement je crois. Enfin ça peut changer (rires).

Parfait, merci pour cette présentation. Maintenant, libère ton esprit créateur, tu peux me dire ce qu'évoque pour toi le simple mot Google sans désambiguïsation, si tu as des mots clés, phrases, citations... ?

(rires) non non c'est que j'ai bien aimé ton enthousiasme et … . Bref ! Là comme ça si tu me dis Google, je pense quand même d'abord au moteur de recherche : l'interface épurée et ce rectangle un peu magique. Après toujours sur l'évocation directe, aujourd'hui c'est ma boîte mail, perso, mais ça fait pas si longtemps que ça, je suis passée assez tardivement à Gmail et maintenant je fais partie de... j'ai une adresse gmail comme tout le monde. Enfin je dis ça, c'est que ça fait partie des représentation, parce que, si tu as pas une adresse gmail tout ça, tu passes à côté du phénomène de communauté... (volontairement ironique). Ouais, ce qui vient d'abord c'est ça en premier, pas très profond désolée (rires).

Non non au contraire, « moteur de recherche », c'est une des évidences bien sûr. Je te cache pas que tu n'es pas la première à faire un focus dessus hein ? Et ce n'est pas pour rien : tout est parti de ça, c'est ce qui reste communément le plus prégnant, voire même avec une association directe au net – tu l'as dit, le rectangle magique, qui fait souvent office de première page etc.

Oui oui tellement présent qu'on le voit plus : taper google dans google... (rires) ... enfin on le pense plus tout du moins ! C'est ancré et tout le monde l'utilise.

Tout le monde semble l'utiliser en tous cas, oui, et pour ta part, tout bien réfléchi, tu l'utilises essentiellement pour quels motifs ?

Je pense que c'est une habitude et l'ergonomie, plus qu'une communauté d'utilisateurs. C'est vraiment le côté pratique et la simplicité.

Simplicité … de quelle manière, parce que ça répond rapidement à ce que tu veux ou … ?

Oui... mais aussi dans les modalités de recherches. La recherche... simple suffit finalement. L'avancée est… rarement nécessaire je dois avouer... (léger embarras).

Oh ! Pas de souci, c'est cool d'être sincère, et d'observations personnelles, je doute que tu fasses exception dans le milieu ! Non non la recherche simple l'est qu'en apparence mais trouver les bons mots clés, employer si nécessaire les bons opérateurs, ça reste un domaine d'expertise bien sûr.

Oui merci, et puis surtout que par nos métiers, sans forcément se présenter comme un expert, si on obtient pas les bons résultats, on sait comment ré-orienter nos recherches. C'est vrai que du coup la simple peut suffire.

Tout à fait, tu peux connaître les fonctionnalités et pourtant de moins en moins y avoir recours...

bah ouais puis maintenant faut les retrouver... . C'est peut être justement cette volonté claire de toujours afficher cette simplicité et du coup pas toujours tout montrer.

Se rendre plus accessible en orientant vers la plus grande simplicité donc, mais aussi couplée à l'efficacité, tu le dis.

Du coup, le fait d'être sur quelque chose qui te plaît et te satisfait te convient, et pas besoin d'aller voir ce qui se trame ailleurs ? ou alors as tu entamé cette démarche justement ?

Bah après je suis toujours curieuse, après c'est plus de la veille pro surtout. Enfin j'en ai testé d'autres plus ou moins connus – que ce soit à l'époque du master ou …

C'était quoi par exemple ?

Bah tout ce qui était *exalead* et méta moteurs tout ça. Mais du coup c'est vrai qu'après c'était plus dans un côté veille et curiosité. C'est pas... il y en a pas un qui est devenu une bonne alternative.

Tu parlais d'habitude et d'ergonomie, ça a eu un poids dans cette démarche ?

Bah ouais, c'est vrai que le changement est pas toujours simple et ça fait pas toujours plaisir, enfin c'est pas très confortable quand on se met à autre chose alors que bon, on a nos automatismes et nos réflexes et on revient vite à ce qui est plus naturel... .

Oui c'est un peu ancré dans le quotidien en somme ?

Oui oui c'est ça.

Je rebondis sur un point que tu avais abordé il y a quelques secondes, tu commençais à parler de veille. Du coup ça fait parti d'un de tes sujets, ou c'est inclus même juste dans ton périmètre d'une veille ou d'une prise d'information particulière ? Sans forcément avoir un vrai dispositif dédié bien sûr mais est ce que de tout ce qu'on aborde, le sujet rentre dans le cadre de ta veille ou de discussions avec les pairs ?

Oui, ça y rentre oui. Le sujet tombe sur la table c'est vrai, mais c'en est pas l'objet précis de la veille. (réponse n'attendant pas visiblement pas de développements)

Ok, et du coup, est-ce que tu vois ressortir au cours de ces échanges des dialogues, discours, ou des prises de positions s'il y en a, qui seraient contrastées, ou uniformes ou même colorées ?

Sur Google ?

Oui pourquoi pas

Ici dans la communauté, j'ai jamais été confrontée au côté un peu « google c'est le grand méchant loup » et tout. Enfin je pense qu'on est quand même assez au fait ou sincères et qu'on sait comment ça marche – enfin « on sait comment ça marche... » on sait... qui ils sont quoi. Donc du coup non je réfléchis mais j'ai jamais été confrontée à ce discours trop alarmant. C'est plutôt utilisé en connaissance de cause. L'alarmisme, c'est plutôt le discours des grands médias qui font un peu plus de bashing – à tort ou quelque fois à raison hein ? on sait qu'ils sont pas tout blanc, pas tout noir tout ça –

enfin qu'ils recueillent pas mal de données, qu'ils les réexploitent, que c'est commercialisé d'une certaine manière et qu'en même temps ils sont pas les derniers à promouvoir le libre, à donner la possibilité de ré-exploiter pas mal de choses qu'ils ont créées. C'est vrai qu'il y a ça, c'est pas manichéen, c'est pas noir, c'est pas blanc.

Du coup, sous l'angle de ta veille, dans une dimension un peu plus globale non pas du simple outil mais de sa société en général : tu l'as déjà abordé avec le bashing dans les médias et tout ça mais, est ce que l'image de la société Google impacte un peu ta vision du tout et ta manière d'utiliser les services google que tu aimes employer ? Autant dans le privé que dans le professionnel j'entends, et depuis ces deux, trois dernières années tout du moins ?

L'actu récente et même ancienne avec Prism tout ça, ça m'a pas plus sensibilisée que ça. Enfin je veux dire, ça prouvait des doutes mais ensuite, les médias, ils enfoncent peut être un peu des portes ouvertes.

Après, pour changer l'utilisation, sincèrement je pense pas, enfin je... Non. On savait déjà ce qui se faisait avant et ça ferait un peu hypocrite de monter « quoi ? comment ça ?! » que je découvre complètement tout ça.

Est ce que tu penses que la familiarité avec ne serait ce que le moteur de recherche – parce que c'est au final ce que tu sembles utiliser le plus...

Avec Gmail oui, et google Doc...

Ah oui docs aussi ?[173] *Via Drive c'est ça ?*

Oui voilà c'est ça, surtout qu'on a pas mal de problèmes dans la maison sur le travail collaboratif, ou en tous cas les plate formes de travail collaboratif (rires). Alors on utilise un Drive...

Avec un compte pro ?

173 L'utilisation de Google Docs ne figurait pas dans les réponses du questionnaire distribué préalablement à l'entretien.

Ah, non c'est avec mon compte gmail, je te vois venir (rires).

Ah si par contre pour revenir, autant ici au quatrième j'ai jamais la question, tu sais ici Google...[174] Par contre la maison ne veut pas normalement qu'on utilise Google Docs etc. enfin tu sais il y a ce côté là hein, la DSI qui veut pas trop.

Mais à la DSI ou au cinquième[175], ça se disait comme des rumeurs de couloirs ou ça faisait l'objet d'annonces particulières, ouvertes ?

Ah non non non c'était dit ouvertement. Alors par contre on travaille tous sur Google docs hein entre nous. (rires) Mais c'est surtout qu'ils nous proposent pas d'outils qui ont les mêmes fonctionnalités, on serait pas forcé(e)s si on nous donnait un nouvel outil, sauf que c'est pas le cas.

Nuxeo ?

(rires) alors là on oublie.

Du coup Nuxeo qui tourne pas sous Chrome, tu crois que c'est une volonté propre de la DSI vue cette position ou ?

Je ne sais pas si c'est dû à la DSI ou à une préconisation ministérielle, non je sais pas d'où ça vient. Parce qu'après c'est toléré, tout le monde sait en même temps que c'est utilisé.

Et alors question logiciel etc., s'il y en avait un autre en dehors du moteur de Google qui offrirait quasiment les mêmes prestations, est ce que tu penses que l'ancrage ou la familiarité serait trop grande pour au final changer ?

Oh non je serai curieuse d'aller dessus au contraire.

174 Référence à la question sur les échanges ou dialogues sur Google parmi les pairs dans l'établissement.
175 La Direction Générale se trouve au cinquième étage

Ok, après il y a le discours sur le recueil de données, le ciblage de profils d'utilisateurs, qui d'un côté permet de faire un peu l'efficacité du tout, mais est aussi décrié. Tu vois ça comment ?

Ça fait qu'avec des recherches simples on arrive à à peu près ce qu'on voulait. C'est donnant donnant quoi.

Et du coup, en parlant d'alternatives, s'il y en a qui utilisent ce même moteur mais qui n'exploitent pas ce recueil de données ?

Bah ça perd un peu de son efficacité alors ? Pourquoi changer ? (rires)

C'est une façon de voir les choses oui. Bon tu me dis si c'est bon, on a vu :

- les connaissances des services, du moteur essentiellement, leurs exploitations

- les fonctionnalités – qu'on est pas forcément obligé d'appliquer parce qu'on obtient facilement ce qu'on veut

- la question des comparatifs, de la curiosité, de savoir ce qui se fait ailleurs

- la connaissance globale de la toile de fond derrière cet écosystème de services, la veille donc-

Oui ça rentre dans le périmètre de veille.

- les motivations d'emploi : ergonomie, simplicité, efficacité... gratuité, meilleure offre sur le marché.

- et motivations de changement : « pourquoi changer ? » (rires)

à part Chrome où j'ai changé pour Firefox, pour tenter d'utiliser Nuxeo de temps en temps, et puis aussi Chrome moi sur mon ordi, ça le supportait pas, ça bouffait trop de ressources et du coup l'ordi, ça faisait bugger. Je suis passée à Mozilla.

Ok. (remerciements de fin d'entretien)

Entretien 6

(du fait d'impondérables surgissant sur un des deux répondants ci dessous, il a fallu réagir promptement et improviser un entretien à deux voix)

Bien, libre à vous de me faire vos présentations, de votre travail, de vos attributions, et des pratiques professionnelles qui en découlent.

1 : Alors je suis documentaliste mais dans mes fonctions, ce n'est pas toujours ce qu'il y a : je fais de l'indexation pour une partie des revues de l'édition. Ensuite je fais de l'indexation sur les fiches descriptives des produits Canopé mais je crée aussi les fiches produits. Donc je rédige aussi le résumé documentaire mais pas que, puisqu'il y a également la 4eme de couv, il y a des choses éventuellement à raccrocher, à corriger. Je travaille aussi sur le fonds patrimonial de nos productions, Valor, et donc dans ce cadre là je fais des corrections dans la base mais c'est très peu d'indexation à proprement parler. C'est donc plus de la correction, du rangement, des mises à jour, des choses comme cela.

Après j'ai fait un peu d'indexation sur l'audiovisuel, et puis ensuite, je fais un peu de veille, bien que ce ne soit pas demandé, dans mes missions pour pouvoir suivre un peu l'actualité de la profession. Veille sur la doc donc mais aussi sur l'édition, et je donne régulièrement les infos aux collègues qui sont dans la maison. Je vois passer les infos, donc c'est pas trop compliqué. Je ne fais pas une veille systématique dans le sens où j'ai pas mis en place les outils qu'il faudrait pour. Je profite de ce que j'ai et des abonnements que j'ai déjà. Voila tout pour ma part.

2 : c'est déjà beaucoup remarquez, mais c'est pas assez parce qu'on a pas le temps de tout faire. Donc moi je suis documentaliste plutôt audiovisuel, je revendique le côté audiovisuel, tu n'es pas Mr. Le directeur mais j'aimerais bien que ce soit écrit quelque part (rires).

1 : c'est vrai que c'est spécifique et nécessite beaucoup de compétences particulières, pour y avoir un peu mis la main.

2 : Oui, ici on mélange un peu tout. Donc nous on a les intitulés que tu connais, chargé de ressources documentaires qui veulent pas dire grand chose, pas plus que chargé de système d'info d'ailleurs. Moi j'administre la base de donnée Armadillo, ça a été tout d'un coup re modélisation de la base, ouverture du module web, on a refait les listes depuis quelques mois. Donc l'indexation j'en fais très peu en ce moment mais j'aimerai bien y revenir car j'ai un peu de mal à tout suivre. Et en plus en ce moment avec le projet des conférences filmées, j'alimente le bousin qui s'appelle Noticia par un export qui me semble à peu près finalisé, le modèle est fait et ça devrait marcher à partir de septembre, mais pour que ça marche, il faut pouvoir alimenter et pour alimenter, il faut pouvoir indexer et décrire, ce qu'on ne nous laisse pas faire... . Et puis, moi c'est ce que je fais principalement etr comme nous toutes, on est en lien avec la DETP[176] pour des projets et leur faire de la recherche documentaire et alimenter les produits éditoriaux, quand ça change pas – tout est à géométrie variable ici.

1 : alors effectivement avec ça, tu parlais de travail pour la DETP mais pas uniquement, pour le côté audiovisuel, il y a aussi médiascéren qui est le catalogue, qui est visible et donc entraîne des demandes régulières de personnes qui ont interrogé et qui souhaiteraient pouvoir consulter, utiliser, rediffuser et pouvoir projeter des films. Donc il y a cette recherche là en arrière avec des réponses à faire, savoir s'il y a des droits etc. Ce n'est pas énorme mais ça prend quand même du temps.

2 : il y a la recherche du droit applicable, et puis les commandes de travaux à l'UPAV[177] : si ils veulent les fichiers de master, c'est pas du tout les fichiers de visualisation, donc il faut commander les encodages à l'UPAV et après on dépose ça sur un FTP. Mais souvent on répond non aussi car les droits sont pas toujours renégociés... .

Et la DAJ[178] dans tout ça ?

176 DETP :
177 UPAV : Unité de Production Audio Visuelle
178 DAJ : Direction des Affaires Juridiques

2 : on travaille avec la DAJ pour des choses ponctuelles mais comme ce sont souvent des professeurs qui nous demandent pour une utilisation, qu'ils ne sont pas au fait de tout ou qu'ils n'ont pas forcément cherché, et qu'on est les premiers interlocuteurs, on répond sinon le trimestre sera déjà passé qu'ils attendront toujours. Mais c'est vrai que de la vidéo en ligne à la demande et ne serait ce que le catalogue mis en ligne, ça arrangerait.

Compétences transversales, réactivité, vous êtes parfaites...–

2 : … – et on il y a aussi les demandes de documents administratifs !

Ok, on en parlera en off. Bon alors pour l'entrée en matière, que diriez vous de me dire ce que vous évoque le simple terme Google, sans que je désambiguïse. Ca peut être des mots clés, des expressions, des images, ce que vous voulez.

2 : un monopole

1 : et puis aussi un très grand professionnalisme parce qu'ils ont énormément évolué sur toutes les années. Au départ on travaillait bien dans les booléens et tout ça et aussi dans la recherche... comment dire détaillée / avancée et puis maintenant c'est vrai que en général je vais très rarement dans la recherche avancée

2 : oui c'est tout à fait vrai. (pas de suite)

Ok c'est intéressant, c'est vrai qu'il y a ce côté simplification des pratiques de recherche, parce qu'il y a de l'efficacité.

2 : tout à fait

1 : oui efficace, tout à fait. Ca se voit, sur la recherche avancée, elle disparaît au fil des ans. Et pour les opérateurs booléens, c'est clair qu'on peut dores et déjà les oublier, ça semble les prendre d'office.

Simple, efficace, fonctionnel, que demander de plus ?

2 : oui c'est ça, ça en fait quelque chose d'incontournable.

Incontournable, donc popularité ? Ca semblerait être un juste retour des choses à ce qu'on vient de dire ? Alors monopole ou succès ?

1 : Oui mais c'est trop, c'est TOUS les outils. Ils sont venus à prendre tous les outils. Je pensais au moteur au début mais ils se sont emparés de tous les outils, et puis on sent bien que ça permet aussi un suivi très fort des personnes. Alors on parle de confidentialité, il commence à coller son truc tu le retrouves partout maintenant, mais en même temps, bah tu sais bien que tu es suivie : sur Android et puis, enfin sur les téléphones etc. on peut être suivi sans souci. On a tous ces services reliés et puis on reste dedans car c'est un système qui propose un tout de manière efficace.

Après le recueil de données – sans diaboliser le terme – permet au moins visiblement un affinage concluant des résultats ?

1 : C'est sûr qu'on sait bien qu'il y a ça, mais en même temps ce qui est gênant c'est qu'on se demande si on ne peut pas en faire quelque chose d'autre aussi. Et on sait pas jusqu'à quel point ça va.

Dans cette forme de conscience du tout, est ce que vous avez cherché à voir s'il y avait des alternatives ou alors se pose cette « fatalité de l'incontournable » ? J'ai vu que tu (désignation de 1) avait tenté exalead par exemple ?

1 : ah oui c'était très très bien exalead...

2 : moi pas du tout, enfin exalead si je connaissais. J'avais vu qu'il y avait une reconnaissance vocale dessus. Non moi je suis consciente de tous les défauts et je vais pas chercher ailleurs, je vais au plus simple. Mais je suis très réticente avec internet et tout, quel que soit le moteur, quel que soit... la connexion à outrance, ça me gonfle. Donc bon effectivement j'y vais très souvent, je fais des recherches là, d'ailleurs je te l'ai mis (sur le questionnaire) : « moteur de recherche : le premier à disposition ». Donc

Google en général. Mais où que j'aille, je m'en fous parce que je trouve maintenant qu'ils sont tous très performants et efficaces, et puis bon après, sur tout ce que ça renvoie, moi je trouve très vite ce qui est pertinent.

1 : et puis on se rend compte dans les résultats quand on trouve ou non et c'est à ce moment là qu'on va partir dans les « avancées ».

Sans parler des choses les plus techniques relatives aux moteurs, vous avez cherché à savoir justement comment les résultats ressortent ou comment ça peut marcher en général et dans les particularités de ce que vous avez essayé ?

1 : ce qu'on sait c'est que tout ce qui arrive en premier est tout ce qui est payant, et quand ils ont commencé à mettre en place ça, il y a des moments où on voit arriver des trucs surréalistes tout en comprenant la logique. Après il y a eu une époque où je connaissais pas mal comment ça marchait, mais avec le temps, j'ai lâché le truc. Et puis, en étant au travail, j'ai plus le temps ou alors il faudrait dans le travail bosser dessus. C'est pour ça que c'est difficile quand on dit qu'on a besoin de formations etc. parce que ça nous permet de se poser et continuer à travailler sur le professionnel, chose qu'on arrive plus à faire au quotidien parce qu'on nous met plus de tâches et qu'on est dans le guidon. Les journées pros de la BNF par exemple, à l'époque, ça a permis d'être au dessus et de voir ce qu'il y a et de se projeter vers l'avenir sur le domaine. Mais on y a plus autant accès et du coup on lâche pied sur des choses comme ça, savoir comment marche Google...

2 : pour moi, ce sont des outils : je cherche quelque chose, je veux le trouver. Après c'est intéressant, la maison devrait travailler sur leur moteur de recherche et je pense que là, parce que ça c'est intéressant et on aurait pu nous sensibiliser sur son fonctionnement[179]. Celui qu'on a est absolument pas paramétré, pas de pondération sur les champs... donc évidemment, Google c'est une merveille comparé. Enfin même le plus mauvais moteur de recherche est meilleur dans ses fonctionnalités que ce qu'on essaye de mettre en place. Ils ont installé le truc, mais rien, ça les intéresse absolument pas.

179 Référence à SolR d'Apache, ici « réapproprié » et caractérisé au moins par une mise en application peu orthodoxe de la gestion multi core de SolR

1 : après c'est peut être pas le moteur en lui même mais le paramétrage derrière. Donc il est peut être très bien mais on se demande. Il semblerait qu'ils (*la DSI*) aient paramétré d'autres choses derrière mais est ce que ce sont les bonnes, est ce qu'ils n'ont pas trop fermé les champs sur lesquels il interroge ? On ne sait pas.

2 : Et sur l'écosystème, ils prennent pas en compte non plus le référencement sur Internet, c'est ça aussi. Donc la maison va payer pour que ça remonte et au lieu de faire un bon référencement déjà avec des métadonnées solides. Parce que dans Noticia, ils se sont pas posés la question du tout de balises qu'ils pouvaient exploiter pour qu'on retrouve... .

Et visiblement ça s'est fait sans réelle concertation des documentalistes qui pourraient apporter une expertise complémentaire sur le sujet ?

2 : même à la DVO[180] on avait du monde qui savait comment faire, mais on est tous écartés petit à petit.

On parle d'outils en interne, donc, c'est vrai qu'il y a une prescription peut être ici dans la maison pour exploiter ces outils ci, mais j'ai vu quelques utilisations de services annexes à ce qui se fait ici. Vous en faites quels usages et pour quelles raisons ?

2 : un mot, Nuxeo (rires)

1 : alors effectivement, j'utilise Drive parce qu'en groupe on a pensé que ça serait bien, alors on s'en est fait un. Sur Nuxeo, au moment où on a travaillé dessus, il n'était pas déployé dans tout le réseau. Bon maintenant, même à l'heure actuelle, Nuxeo on a encore des soucis. Il y a des moments où les gens peuvent ouvrir, modifier et réenregistrer un fichier tout de suite, et d'autres non –

2 : – j'ai perdu une heure et demi de boulot lundi matin, donc j'étais vraiment furax.

180 DVO : Direction de la Valorisation de l'Offre

1 : parce qu'on sait jamais à quel moment ça va fonctionner quand ça perd pas les fichiers, ce qui est arrivé à beaucoup, y compris toi et moi. Donc du coup si c'est réenregistrer à chaque fois dans la bécane pour avoir un exemplaire pour le réintégrer parce qu'il a disparu, ça devient fastidieux.

2 : mais dans le réseau, il y a beaucoup de gens qui travaillent sur Google Drive. Et si tu veux, j'aurai quelque chose à lancer, je le ferai pas sur Nuxeo. Et ici ils le disent bien, ils souhaitent pas qu'on utilise ça.

Ca a été vraiment explicité ?

2 : Ah si, tu en parles à la DSI, ils auront un joli discours à ce sujet. En même temps ils doivent participer de la même façon dans leurs groupes de travail. Mais on avait eu des mails de mise en garde oui. Et puis on fait avec des bouts de ficelle ici vu que ce qu'on nous propose ne marche pas.

1 : oui par exemple Dropbox, c'est d'une simplicité : tu déposes tes fichiers, tu les reprends bon. Tu travailles dedans, il te l'enregistre tout de suite. Alors que Nuxeo tu te demandes toujours – parce que c'est pas indiqué et vaut mieux pas s'amuser à actualiser – « ah il l'ouvre ou pas, il l'a enregistré ou pas » ? Et puis il perd des choses... .

2 : moi je glisse et je dépose dedans mais si tu veux y mettre du travail trop lourd dedans, c'est la catastrophe. Bon le moteur de recherche pour retrouver quelque chose dedans marche pas du tout déjà, parce qu'aussi on ne rentre rien, on ne fait que déposer.

Je comprends bien. Alors déjà, on abordé les connaissances et utilisation des outils, leurs fonctionnalités, leurs homologues sur le marché ou en interne. Maintenant, est ce que vous pensez que depuis Prism, Snowden ou même avant, les informations ou les images véhiculées sur les différents médias, ça vous a influencé dans votre vision de ces

outils ou dans votre emploi même de ces derniers ? Ou en tout cas de ce qui est visiblement estampillé Google ? Donc est ce que ces informations ont changé votre approche de ces outils dans vos pratiques professionnelles ?

1 : pour moi je pense pas. Je reste relativement méfiante –

2 : – moi je crois que je reste méfiante depuis le tout début. Donc j'ai toujours fait attention.

1 : Bon et puis après pour moi, les outils, j'ai une tendance à vouloir prendre du libre mais pas pour tout parce qu'il y a des trucs, il y a des limites : tu sais que ton outil libre, un truc il va pas le faire. Et puis il y a mes limites à moi aussi, une méconnaissance de certains systèmes d'exploitation. Et derrière il faut se former, donc bon c'est windows, Google et puis point. Mais c'est vrai que pour le net, j'aurai tendance à utiliser Firefox – puis c'est vrai que je connais l'outil – en alternative à toute la récupération de données à outrance dans Chrome.

2 : moi c'est vrai que chez moi, c'est toujours Firefox. Et puis open office parce que c'est pas cher, Google Docs ça m'horripile : tant qu'à être gratuit, on devrait pouvoir exploiter l'outil sans connexion, mais non bien entendu, il faut que tout soit enregistrable au moment même par tous et partout, surtout ailleurs. Suffit de voir, il y a pas une semaine sans que des affaires d'enregistrements ressortent... .

Et du coup niveau presse, vous suivez l'actu un peu qu'il y a autour ? Un effort d'obtention d'information un peu ciblé ou alors l'information vient d'une manière ou d'une autre, gros titres, discussions etc. ?

1 : plus par des abonnements à des listes de diffusions qui sont ciblées, donc ça ressort souvent oui mais pas exclusivement autour de Google. Après les listes sont plus sur des sujets globaux, droit, société de l'information, réactions de professionnels. Mais effectivement ce sont des choses qui vont apparaître obligatoirement.

2 : Moi je dois dire que ça ne m'intéresse absolument pas. Donc ça vient comme ça dans les discussions comme là, ou dans les infos au moment des scandales parce qu'il y a aussi des scandales ! Mais sinon non franchement, ça ne me passionne pas. Moi je fais pas de veille, enfin je profite de celle de mes camarades. Mais ce qui s'apparenterait à ma veille à l'extérieur serait plus en politique que pour le professionnel.

1 : c'est aussi parce que j'ai gardé des abonnements que j'avais il y a X années. Donc du coup j'ai pas non plus recherché d'autres fils ou flux, avec ses limites.

Ah oui j'y pense mais je t'ai répondu, pour les réseaux sociaux etc. aussi des choses mais en fait je les utilise pas. Je me suis abonnée parce que je voulais voir comment ça fonctionnait mais c'est tout, enfin après si, je me connecte juste pour être avec les enfants. Par contre ça sert éventuellement à donner une visibilité de moi même sur le net, volontaire ou non.

2 : alors moi je suis, quand je dit néant, c'est néant mais néant. Rien ! Si, on a fait un stage de projet d'archives participatives qui était une calamité c'est dommage et c'est vrai que tout le monde était déçu. Mais ça m'a permis d'apprendre des choses sur Facebook et Twitter parce que j'y suis totalement réfractaire. Alors non seulement réfractaire et opposée complètement. Mais je comprends tout à fait qu'on soit dessus.

Réfractaire... pour des raisons précises ?

2 : oh bah déjà les raisons évidentes scandées pas des gens comme moi effarés par la mise en avant de soi. Même quand tu fais juste de la curation, c'est pas totalement altruiste, tu mets aussi en avant que c'est toi qui apporte l'info : le gusse avec nom prénom et surtout le métier. Il y a une course à la primauté sur l'info et la valorisation de l'ego... et si c'est de la carrière, alors là c'est encore mieux. Et puis surtout tu donnes tout, rien de ce que tu inscris t'appartiens exclusivement, et tu as pas conscience de ce que tu donnes surtout.

Mais bon effectivement il y a des gens qui maîtrisent bien les choses, mais ils sont pas nombreux, et pour le reste, c'est un cauchemar. Et surtout à titre professionnel. Après que tu fasses des conneries à titre privé ça te regarde, mais moi je trouve que franchement, cet espèce d'étalage et de mélange des genres, je ne supporte pas, ça pourrait être un de mes combats ça (rires).

1 : en même temps, c'est vrai que moi je triche, parce que si on me demande si 'ai un compte Facebook etc. , je peux dire oui mais en même temps je l'utilise pas. Twitter c'est pareil. Pearltrees, j'ai fait un truc vocab dessus parce que à un moment je voulais travailler et prendre tout ce qui état vocab du réseau et c'est tout ce que j'ai fait. Et là, c'est pas pour tirer la couverture sur moi mais j'ai partagé ça dans un côté médiation et mise à disposition de l'information, plus communautaire, pas pensé comme étalage de soi. Pareil, bien maîtrisé, on peut donner beaucoup d'audience sur des faits et de l'information utile ou au moins leurs sources, mais est ce qu'il faut que ce soit facebook ou twitter ? Je crois pas, Facebook me dérange beaucoup quand on voit tout ce qui se passe, ce qu'il y a eu et se qui se passe encore. Bon évidemment il n'y a soi disant pas de tri sur l'information qui y circule et du coup on se retrouve avec des choses horribles qui se disent ou qui se passent, mais en même temps on sait très bien qu'il y a une vision de ce qui se passe. Encore une fois, c'est le côté marketing pour permettre de la prospective et améliorer l'outil, mais pas que. On sait que ça part aussi ailleurs. Parce que quand on te parle de la NSA ou je sais pas qui, qui peut ré exploiter ces choses là, ça pousse à réfléchir. Et c'est pas du fantasme, il faut rester lucide. Et maintenant il va y avoir moyen de faire du commercial dessus : les éditeurs pourront y mettre leurs produits. Et même dans un autre cas de figure, sur un ciblage par exemple de posts du genre « j'en ai marre d'être malade, toute ma famille a le diabète » etc. en recoupement demandé par des assureurs à ces acteurs là sur un nom particulier, ça peut discriminer sur des refus implicites des assurances etc. .

Oh je pense que certains employés à titre individuels, que ce soit demandé ou non, tentent déjà de se renseigner de la sorte, de même que des employeurs ou un jury peut déjà se faire une représentation de l'individu dénaturant subtilement leur appréciation

future de la personne. On pourrait ouvrir un peu plus la discussion sur certains points relatifs à la frénésie open data, je dis pas que c'est une mauvaise chose loin de là, mais peu réfléchie sur certains aspects. Bon je digresse... en off.

2 : non mais c'est tout à fait vrai, et le potentiel discriminant donné par cette exposition est grand. Comme tu le disais hier, on a accès au niveau scolaire moyen de ton quartier, on voit le type de réflexion d'untel et sa manière d'argumenter sur un post, si c'est un benêt, hop ! le col blanc de la banque qui t'appelle trois fois pour un rendez vous en sachant que c'est dans la poche parce que le type préférera que le banquier réfléchisse à ses investissements pour lui. Bah voilà, on revient à la simplicité, dans le moteur c'est pareil, on y va parce qu'on veut de la simplicité et qu'on réfléchisse un peu pour nous (rires). La boucle est bouclée !

1 : oui et non, parce qu'en plus si tu penses à gmail, rien que des mots clés de travaux ou d'achats de maison, et tu auras une pub casto ou banque pop pour des prêts.

(remerciements, digressions ne couvrant pas le domaine considéré, fin de l'entretien)

Entretien 7

Alors, pourrais tu me présenter et me dire de quoi retournent tes projets, ce qu'ils induisent pour toi comme type de pratique documentaire ?

Alors moi je suis chargée de système d'information documentaire. Cela implique d'administrer des bases de données, de travailler, de collaborer étroitement avec les chargés de ressources documentaires pour l'élaboration et la réalisation d'outils documentaires et notamment, en ce moment, la refonte du système d'information documentaire de l'établissement. Donc, tout ce qui est traitement de l'information, – interne – et circuit de l'information, données, quelque chose comme ça.

Parfait. Du coup, sans transitions, peux tu me dire le plus spontanément ce que t'évoque le simple terme Google – sans plus de désambiguïsation.

Alors, Google, c'est un moteur de recherche qui a pratiquement... enfin qui a pignon sur rue on va dire. C'est vrai que moi je l'ai pratiquement toujours connu étant donné que je suis assez jeune encore hein, je pense que ça se voit. Donc voilà, et puis derrière, google, c'est plein d'autres services associés que ce soit pour le courrier électronique, avec gmail... la vidéo... les actualités, micro données aujourd'hui, il y a pas mal de choses donc bon ça va dans un sens plutôt positif hein sous certains aspects en ce qui concerne nos métiers.

C'est rigolo aussi ! Avec des petites animations, des jeux... .

Excellent, merci. Il y a matière à rebondir en adéquation avec les informations que tu m'as données via le petit questionnaire : bon déjà, on voit bien que tu utilises le moteur de recherche, naviguais sous chrome aussi, mais seulement pendant un temps ?

Oui alors j'y suis plus mais en fait, j'ai pas voulu changer, simplement que beaucoup d'applications de l'établissement ne fonctionnent pas sous chrome notamment nuxeo - alors je sais pas si ça a changé ou pas mais ça faisait beaucoup de bugs et en plus c'est vrai que … il prend pas mal de mémoire vive donc sur des bécanes comme les nôtres, c'est pas toujours évident. C'est pour ça que je suis repassée à Firefox. Quand j'étais passée à Chrome, Firefox était un peu essoufflé dans les widgets, enfin les petits trucs et quand j'y suis retournée j'étais contente de retrouver d'autres choses. Donc j'ai un peu changé de navigateur par obligation pour le boulot, et chez moi dans le privé j'ai un mac, donc ce n'est pas du tout les mêmes applications mais c'est vrai que j'utilise chrome le plus souvent chez moi.

Oui bien sûr, et comme tu utilises gmail, un compte google etc. c'est peut être plus …

–

… – bah ça crée un lien ! C'est fait exprès hein ? On est « emprisonnés » (rires), enfin tout est lié, c'est un ensemble en somme !

Tout à fait, l'image d'un tout, conciliant ou vu comme un carcan... .

Je rebondis juste sur ce que tu disais au sujet de nuxeo et de sa prise en charge « lacunaire » de chrome. Tu penses que c'est justement le fruit d'une volonté propre de la DSI, une sorte de prescription comme tu le disais, plus ou moins implicite ?

Je ne pense pas... je les sous estime peut être (rires).

Ca valait le coup d'être clarifié, sait on jamais ! Ils n'ont jamais donné de préconisations d'emploi de certains services plus que d'autres ?

Non, pas que je m'en souvienne... Et puis même s'ils le pensent, avant qu'ils communiquent là dessus... .

Ok, ensuite, comme tu l'as déjà un peu dit toi même, c'est vrai qu'avec le moteur de recherche, on a grandi dedans d'une certaine manière, Lycos et ses publicités sont un peu passées aux oubliettes...

...Lycos va chercher !!!... (rires)

… de fait la question se pose sur l'utilisation de Google en tant que moteur de recherche. Elle s'impose comme une évidence ou bien est ce un emploi plus pragmatique ?

C'est hyper simple d'utilisation... C'est vrai que pendant un temps on utilisait les opérateurs booléens et tout ça, mais depuis un certain temps on a une recherche avancée qui est vraiment pas mal, avec des recherches ultra précises etc. Bon après on sait qu'il y a certains résultats qui arrivent en première page en payant, mais je pense qu'en se montrant assez astucieux, tout le monde peut l'utiliser un peu à sa façon et détourner un peu ça.

Je me trompe peut être, mais je n'ai pas l'impression que ça nous amène vers une seule façon de rechercher et de trouver les choses. J'ai l'impression que c'est quand même plutôt assez ouvert et qu'on peut l'utiliser « proprement ».

Dans un sens oui comme tu le dis, le moteur de recherche affiche un certains nombre de fonctionnalités assez poussées que l'on ne retrouve que rarement ailleurs sauf peut être dans certaines alternatives... .

Oui de toute manière moi j'aime bien Google, j'aime bien Apple... j'ai vendu mon âme au diable je ne sais pas mais... (exagération théâtrale et rires). Non je suis Google, ça me convient alors je vais pas chercher ailleurs.

Ok merci. La recherche avancée donc : efficace, poussée... accessible ?

Eh bien moi j'utilise assez souvent la recherche avancée et généralement, ça permet d'aller assez loin … voilà. Après c'est vrai qu'une formation info-doc et être documentaliste, on y est un peu plus sensibilisés, enfin, je crois pas qu'on soit très nombreux à l'utiliser en fait.

Donc, pour revenir un peu sur ce que l'on a dit : simplicité, fonctionnalités...

Oui c'est ça... c'est ergonomique aussi... Et on a vraiment l'impression que c'est LA fenêtre pour arriver sur Internet, c'est la porte d'entrée même plus que la fenêtre.

Tout à fait. Il y a l'outil donc – on l'a vu, mais aussi tout ce qui se trouve derrière, que ce soit en background global ou même technique. Du coup, en question tout à fait ouverte sans jugement ou évaluation bien entendu, est ce que tu t'es déjà intéressée à la manière avec laquelle fonctionne l'outil ?

Comment fonctionne Google tu veux dire ?

Ici en l'occurrence pourquoi pas oui ?

Ah bah ça m'intéresse oui même si je ne pense pas vraiment savoir tout, mais j'avais postulé chez Google à Dublin. Ca m'intéressait, et ça m'intéresse toujours mais après c'est vrai qu'on vit dans un monde d'internet de l'utilisateur, et il faut qu'on se

réapproprie tous le fait de les fabriquer aussi ces outils là, car clairement on utilise plein de choses sans forcément comprendre comment ça marche du moment qu'il y a un résultat – d'où l'importance selon moi du code à l'école et ces choses là.

Moi je suis clairement dans cette philosophie là aussi : je suis une très bonne utilisatrice, j'aime bien aller jusqu'au bout, d'explorer les outils tout ça mais je me dis qu'il serait bien peut être aussi de se pencher sur la question de comment ça se fabrique ou fonctionne... ce que je ne fais pas, donc (rires).

Comme presque tout le monde rassure-toi ! Intéressée par Dublin alors ? J'imagine que du coup tu suis peut être un petit peu l'actu autour Google, de près ou de loin ?

Un petit peu, je suis abonnée à Abondance et je regarde de temps en temps la lettre d'actu, tout ça, et du coup Google y passe aussi assez souvent. Maintenant c'est vrai que je ne fais pas aussi une veille utlra profonde là dessus. Je garde contacte avec ce monde là.

Bon et puis je pense qu'on fait toutes des veilles qui abordent un peu ces aspects là sans vraiment les cibler.

Et donc les informations que tu récoltes sur le sujet suivent les aléas de l'actualité ou est ce que ça se fait aussi par d'autres moyens, discussions entre pairs etc. ?

Oui on en entend pas parler exclusivement à travers nos veilles. De par nos métiers, avec les collègues, les amis, on échange pas mal même dans le cercle privé, on parle souvent des préoccupations de « les internets ».

Bon après je fais pas de thèse là dessus, mais c'est vrai que ça reste dans un réseau de pairs, on fréquente beaucoup de documentalistes... .

Et même dans les réseaux sociaux, avec les articles qui passent, les commentaires... on se rend compte de prises de positions autour de nous, sans parfois pouvoir discuter après... des réactions à chaud tout ça... des fois il y a pas de fond mais ça suit un mouvement, pour / contre certains savent pas trop pourquoi.

Après moi je diabolise pas du tout Google, enfin je suis peut être un peu naïve : j'ai mon compte gmail, google+ mais sans trop l'utiliser – j'ai pas trop adhéré, je suis une grande utilisatrice de youtube, je … pas de psychose sur les données personnelles : de toute façon on sait tous qu'il faut faire un peu attention, faut pas se leurrer, juste faire attention à ce qu'on montre.

Du coup c'est une utilisation avec un accord de « dévoilement » un peu tacite ?

Oui, d'autant plus que tu peux ne pas être forcée de tout donner ou de donner du réel... et puis il y avait un truc là sur la Cnil / Google... .

Ok, merci. Il me semble qu'on a abordé les grands points que je voulais voir dans l'entretiens, donc merci bien... (remerciements de fin d'entretiens)

Table des matières

Introduction....7
I Approche de l'écosystème Google : principes, enjeux, représentations....10
I.1 Naissance et démocratisation de l'écosystème de service Google....10
I.1.1 Constitution de l'écosystème....10
I.1.2 Modalités d'ancrage dans les pratiques....12
I.2 « Organiser toute l'information du monde » : problématiques....14
I.2.1 Recueil d'information....14
I.2.2 Traitement, restitution et mise à disposition de l'information....15
I.2.3 Quand Google appelle Google : problématiques du système fermé....16
I.3 Représentations des opinions des professionnels de l'information communication....18
I.3.1 Opinions positives....18
I.3.2 Relativisme de l'irrémédiable et de la critique....19
I.3.3 Entre appréhension et dénonciation : expressions d'imaginaire collectif....20
Problématisation....21
II Démarche de recherche....22
II.1 Approche du sujet....22
II.1.1 Concepts clés mobilisés....22
II.1.2 Formulation des hypothèses....25
II.2 Méthodologie : phase théorique....28
II.2.1 Nature des informations à recueillir....28
II.2.2 Choix des dispositifs de recueil de données....29
II.2.3 Choix de la population enquêtée....32
II.3 Méthodologie : Recueil d'information....34
II.3.1 Questionnaire....34
II.3.2 Formes d'entretien....35
II.3.3 Grille d'entretien....37
II.3.4 Conduite d'entretiens 39
III Analyse de la relation usage / représentation....42
III.1 Appropriation de l'écosystème et fondements de réalité objectivée....42
III.1.1 Typologie des usages, tendances, profils d'utilisateurs....42
III.1.2 Degré et processus d'acquisitions des connaissances....50
III.2 Analyse des représentations subjectivées....55
III.2.1Corpus de perceptions....55
III.2.2 Analyse de l'exposition et de l'impact des représentations collectives....58
III.3 Répercussions des représentations sur les pratiques documentaires....62
III.3.1 Influence de la perception sur les comportements d'usagers....62
III.3.2 De la primauté de la simplicité aux modifications de pratiques....64
Conclusion....69
Bibliographie....72
Annexes : entretiens....77
Entretien 1....77
Entretien 2....85
Entretien 3....92
Entretien 4....101
Entretien 5....110
Entretien 6....117
Entretien 7....127
Table des matières....133

Résumé

La société *Google* se caractérise par son rôle majeur dans le recueil, le traitement, et la mise à disposition de l'information. La prégnance de ses services sur le web et plus globalement sur les pratiques d'une très grande part de la population induit une nécessaire considération de l'objet que représente cette écosystème fermé et néanmoins privilégié. Cette ancrage dans les habitudes du quotidien, professionnelles ou non, soulève de notables problématiques au vu de son impact sur les pratiques informationnelles en regard de la réalité avérée d'un accès différencié à l'information par ce medium. Les professionnels de l'information communication s'appropriant ces problématiques, en ont alors développé une représentation sociale, basée sur une double réalité, objectivée et subjectivée. L'objet de la présente étude est alors de savoir si ces représentations influent réellement ou non sur les usages qui sont faits des services de cet écosystème, usages déterminant leurs pratiques, ici documentaires pouvant alors s'en retrouver impactées voire modifiées.

Mots clés : « Google » – « Représentation sociale » – « pratique documentaire » – « pratique informationnelle » – « professionnel de l'information documentation »

Google Inc. is well known for its major participation in data collection, relevant treatment and consequent digital access given to a large scale of information. Due to a barely exclusivity among web users, Google services involve a necessary consideration of that interlocked ecosystem, nevertheless adopted. This deep taking root into professionnal or private routines highlights several problematics, considered to its weight on informational retrieval regardless to a concrete differentiation of information access between users, by this medium that is. Those problematics are well appropriated by information professionals as far as they currently have developed social representations based on two combined reality : objectived and subjectived ones. Consequently, the aim of this study is then to determinate if those representations play an effective role on the uses of those Google ecosystem services. As well as those uses are directly involved on their documentary-making practices construction, this kind of practices can then be impacted or even modified.

Key Words : *« Google » – « social representations » – « documentary-making practices » – « information retrieval » – « information professionals »*