

École supérieure du professorat et de l'éducation
Toulouse Midi-Pyrénées
Université Toulouse Jean-Jaurès

LES PRATIQUES DE VEILLE DES LYCEENS DANS LE DOMAINE DE LA CULTURE

Mémoire présenté par Lise NANITELAMIO
Pour l'obtention du Master 2 MEEF
Parcours : Documentation

Sous la co-direction de Nicole BOUBEE, MCF en sciences de l'information et de la communication, et Florence CANET, doctorante en science de l'information et de la communication

Toulouse, le 06/2015

Remerciements

Je tiens à remercier tout particulièrement Nicole Boubée et Florence Canet pour leur engagement dans le suivi de ce travail de recherche ainsi que pour leur disponibilité mais aussi pour la qualité et la pertinence de leurs conseils, tant au niveau de la méthodologie qu'au niveau des ressources. Sans elles, ce travail n'aurait jamais vu le jour.

Résumé

L'objectif de cette étude, centrée sur les pratiques de veille des lycéens dans le domaine de la culture, est d'une part de comprendre la manière dont ils mettent en œuvre cette démarche personnelle et d'autre part d'en tirer des implications pour mobiliser par la suite leurs compétences et lacunes dans l'éducation aux médias et à l'information au lycée. La veille étant un processus informationnel itératif qui permet de se tenir régulièrement informé sur des sujets spécifiques, notamment grâce à une automatisation rendue possible par différents outils sur le web, les termes de « pratiques de veille » ont été retenus en opposition à la veille exercée par les professionnels en entreprise puisque les lycéens veillent sans en avoir conscience. Cette étude a justement été menée dans le domaine culturel (centres d'intérêt et loisirs) car il semblait que c'était celui où les jeunes s'investissaient le plus, donc celui le plus propice à la mise en œuvre d'une telle démarche. L'objectif était donc de voir quel était leur processus de veille (de l'élément déclencheur à la diffusion de l'information) dans le but de prendre en compte leurs pratiques pour les mobiliser dans leur formation à l'éducation aux médias et à l'information. Dans une démarche qualitative, sept entretiens ont été menés dans un lycée général et technologique. Ils ont permis, non seulement de démontrer que les lycéens automatisaient la veille depuis les réseaux sociaux numériques, mais aussi de voir qu'ils régulaient leur image en ligne dans la communication des informations qui sont diffusées dans les cercles d'amis proches ayant les mêmes centres d'intérêt ou bien dans des communautés spécifiques. Leurs motifs de veille, quand à eux, sont liés à leur accomplissement personnel, par la recherche d'un enrichissement culturel, au sens large ou dans un domaine spécifique, mais aussi par l'enrichissement de leur pratique artistique ou sportive.

Mots-clés : veille, processus informationnel, lycéens, jeunes, pratiques culturelles, identité numérique, réseaux sociaux

Table des matières

Introduction.....	p.6
1. État de la question.....	p.7
1.1. La notion de veille.....	p.7
1.1.1. La veille dans le monde de l'entreprise.....	p.7
1.1.2. Le processus de veille tel que défini par la norme AFNOR XP X 50-53.....	p.9
1.1.3. La veille amateur du côté des adultes.....	p.11
1.1.4. Les motifs de veille des amateurs adultes.....	p.12
1.2. Les jeunes et la culture.....	p.13
1.2.1. Un accès à la culture bouleversé par le numérique.....	p.14
1.2.2. Activités culturelles et avancées en âge.....	p.15
1.2.3. Le cas de la musique.....	p.16
1.2.3.1. Assouvissement de ses goûts musicaux.....	p.16
1.2.3.2. Amateurisme et musique.....	p.17
2. Méthodologie.....	p.19
2.1. Le choix de la population lycéenne.....	p.20
2.2. Mode d'accès aux interviewés.....	p.20
2.3. Déroulement des entretiens et matériel utilisé.....	p.21
2.4. Analyse des discours.....	p.22
3. Résultats.....	p.23
3.1. Une surveillance continue d'un ou de plusieurs environnements.....	p.23
3.1.1. Automatisation de la veille.....	p.23
3.1.2. La veille comme habitude.....	p.24
3.1.3. Le processus de veille des lycéens au regard de la norme AFNOR XP X 50-053.....	p.26
3.2. Différents profils dans la diffusion de l'information.....	p.26
3.2.1. Facebook : diffuser auprès de tous mes « amis » ?.....	p.29
3.2.2. Gérer son profil en ligne.....	p.31
3.2.3. Partager et échanger au sein de communautés spécifiques.....	p.32
3.3. Des motifs culturels et pratiques.....	p.33
4. Discussion.....	p.35
4.1. Objectifs et limites de l'étude.....	p.35

4.2.	La veille lycéenne au regard de la veille d'entreprise.....	p.36
4.2.1.	Inadéquation de la norme AFNOR par rapport au processus de veille des lycéens.....	p.36
4.2.2.	Des lycéens qui ne sont pas des experts de la veille.....	p.37
4.3.	Des motifs de veille pas toujours semblables à ceux des veilleurs amateurs adultes.....	p.38
4.3.1.	Accomplissement personnel : professionnel VS culturel.....	p.38
4.3.2.	Constitution « d'archives » personnelles : un terme ambigu pour les lycéens.....	p.39
4.3.3.	Être crédible aux yeux des autres : une considération des adultes.....	p.39
4.3.4.	Réguler son image en ligne.....	p.40
5.	Implications professionnelles.....	p.42
5.1.	Les enjeux sociétaux de la veille.....	p.42
5.2.	Exemple d'un projet autour de la veille.....	p.43
5.2.1.	Présentation globale du projet.....	p.43
5.2.2.	Les séances du projet.....	p.43
5.2.3.	Évaluation du projet.....	p.47
5.2.4.	Prévenir le risque de démotivation des élèves.....	p.47
	Conclusion.....	p.49
	Bibliographie.....	p.50
	Annexe.....	p.52

Introduction

Face au brouillage des frontières qui fondent l'autorité sur internet et au nombre considérable d'informations qui sont publiées par tout un chacun sur le web, alimentant le phénomène de surabondance informationnelle, il est nécessaire de former les élèves à la gestion de ces flux, mais aussi à l'évaluation des sources d'informations, ainsi qu'à leur tri et leur classement. C'est là que la veille prend tout son essor. En tant que processus informationnel itératif, elle permet de se tenir régulièrement informé sur un ou plusieurs sujets par le biais d'un abonnement à des sources d'informations. L'enjeu global de la mise en œuvre d'une démarche de veille avec les élèves est bien un enjeu citoyen car un citoyen bien informé est celui qui est à même de se forger sa propre opinion pour prendre part aux divers débats qui animent la société. Cependant, au niveau théorique, aucune étude ne s'est intéressée à la veille du côté des jeunes et très peu du côté des adultes. Utilisée dans le monde de l'entreprise dans un but de surveillance des secteurs pour en anticiper les évolutions et aider à la prise de décision, de nombreux ouvrages s'y intéressent mais dans un but d'optimisation du service au sein des entreprises. Concernant la formation des élèves en matière de veille, plusieurs questions se posent : en quoi les habitudes des lycéens en matière de veille informationnelle dans la sphère culturelle et privée peuvent-elles être mobilisées dans l'éducation aux médias et à l'information ? Quel est leur processus de veille ? Comment diffusent-ils l'information ? Quels sont leurs motifs pour mettre en œuvre une telle démarche ? Pour répondre à ces questions, nous avons choisi une démarche qualitative dans le but de récolter des données au plus proche de la parole de ces jeunes, pour rendre visible ce phénomène dans son milieu naturel, par une analyse de quelques situations individuelles. Ce type de données étant difficilement quantifiable, sept entretiens ont été menés au sein d'un lycée général et technologique. Dans un premier temps, un état de la question, appuyé sur la littérature scientifique sera exposé, avant de présenter la méthodologie employée, les résultats, la discussion de ces résultats et les implications professionnelles pour la professeure documentaliste.

1. État de la question

1.1. La notion de veille

Très utilisée dans le monde de l'entreprise, la veille est une activité qui consiste à se tenir informé des changements qui ont lieu au sein d'un environnement spécifique (technologique, environnemental, médical...) pour en anticiper les évolutions mais aussi pour détecter d'éventuelles menaces. Selon la norme AFNOR XP X 50-053, élaborée en 1998, la veille est une « activité continue, et en grande partie itérative visant à une surveillance active de l'environnement scientifique, technologique, juridique, commercial, socio-politique... pour en anticiper les évolutions » (AFNOR, 1998). Sa mise en place résulte d'un processus informationnel spécifique élaboré par des praticiens de la veille dans le cadre de l'AFNOR. Il représente les différentes étapes qu'un veilleur doit accomplir lorsqu'il se lance dans une démarche de veille, de la définition des axes de surveillance jusqu'à la communication des résultats de cette surveillance. Avec la massification d'internet, le développement du web, et les différents modes d'accès à l'information qui ont vu le jour depuis les années 90, l'activité de veille s'est démocratisée en devenant accessible à tous ceux qui s'intéressent à des sujets ou des thématiques particulières. Cependant, bien que de nombreux textes s'intéressent à la veille dans le cadre de l'intelligence économique¹ au sein des organisations, souvent dans un objectif d'optimisation du service de veille, il existe peu de travaux s'intéressant à la veille en tant que fruit d'une initiative personnelle et non commanditée par un tiers, que ce soit chez les adultes ou chez les jeunes. Mais quelles sont au juste les différentes caractéristiques de la veille en entreprise et de celle du veilleur amateur² ?

1.1.1. La veille dans le monde de l'entreprise

Dès les années 90, l'environnement dans lequel évoluent les organisations est devenu « de plus en plus complexe, caractérisé par une pression concurrentielle de plus en plus dure, une globalisation et une mondialisation des échanges, une forte évolution tant sur le plan technologique que sur le plan réglementaire ou économique, une accélération des flux d'information, une obligation, d'innovation, de réactivité et de prise de décision rapide » (AFNOR, 1998). Pour faire face à ces évolutions, les entreprises ont dû mettre en place une politique basée sur la surveillance de cet environnement nouveau dans le but de remettre en cause ou de conforter leur stratégie. C'est

1 L'intelligence économique est l' « ensemble des actions coordonnées de recherche, de traitement et de distribution en vue de son exploitation, de l'information utile aux acteurs économiques » (AFNOR).

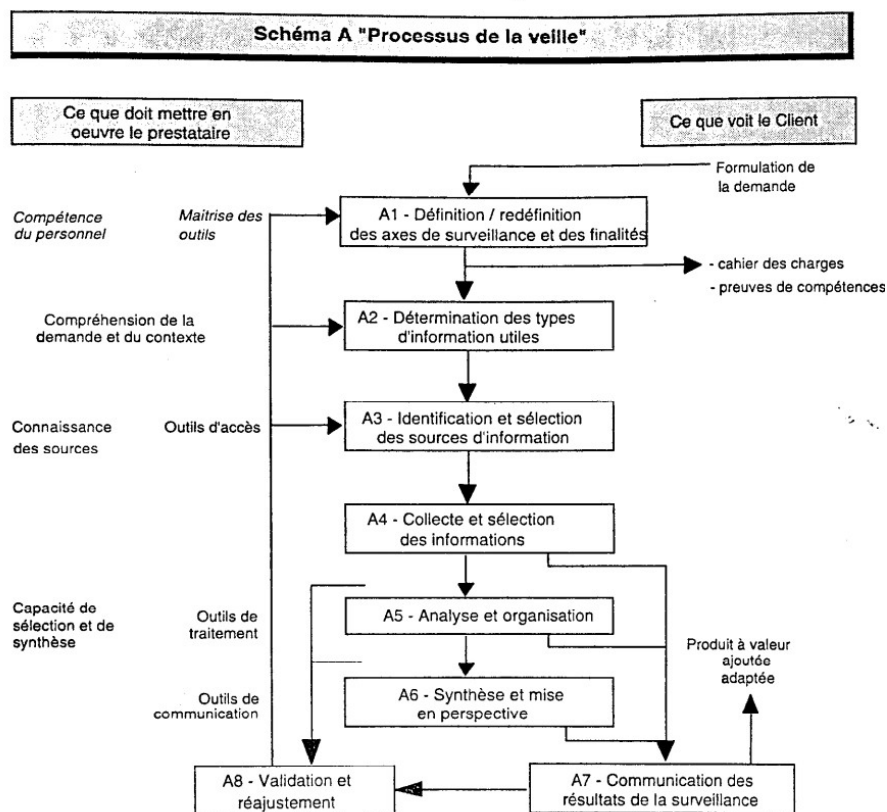
2 Personne qui cultive un art, une science, pour son seul plaisir (et non par profession) (ROBERT, 2012)

là que la veille a pris tout son essor. Il existait à l'époque des cellules de veille au sein des grands groupes industriels, chargées de surveiller l'environnement pour en anticiper les menaces ou opportunités par le biais de signaux faibles, information à faible fréquence permettant la perception de l'environnement et donc son anticipation (Balmisse & Meingan, 2008). Ces cellules de veille devaient coordonner et organiser les activités de veille au sein des entreprises, à partir du processus de veille élaboré par des praticiens de la veille dans le cadre de l'AFNOR. Bien qu'en terme de recherche d'information, les bases de données interrogeables à distance aient vu le jour durant ces années, facilitant l'accès à l'information souhaitée, il n'en reste pas moins que les veilleurs devaient se constituer un réseau pour obtenir des informations pertinentes et de qualité, principal avantage de l'époque, malgré que le travail soit fastidieux, demandeur de temps et que l'information ne soit pas idéalement actualisée (Balmisse & Meingan, 2008). Les dossiers de veille, produits documentaires à partir desquels étaient diffusée l'information, étaient alors élaborés et diffusés sous la forme de documents papier. Au début des années 90, deux types de veille sont mis en avant : la veille concurrentielle (qui permet de comprendre la situation et la politique des concurrents) et la veille technologique (qui identifie les évolutions techniques et technologiques utilisées ou susceptibles de l'être). Depuis, de nombreux types de veille sont apparus à l'image de la veille sociétale (sur l'évolution des comportements), commerciale (sur les besoins des clients), juridique (sur les normes et les règlements)... (Balmisse & Meingan, 2008). Il existe deux approches dans la réalisation de la veille : soit elle est réalisée en interne par un veilleur au sein de l'entreprise, soit elle est sous-traitée et réalisée par un collaborateur (Hermel). Avec l'arrivée d'internet dans les entreprises, les veilleurs se sont emparés de tous les outils et services qu'offrent le web mais ils se sont trouvés face à une masse d'informations difficiles à classer et dont ils ne percevaient pas forcément le niveau de pertinence. Se sont donc créées à l'époque des bases de connaissances spécialisées dont le but était de rassembler de manière collaborative des informations sur un sujet ou un thème donné qui étaient jusqu'alors disséminées dans différents endroits (Balmisse & Meingan, 2008). Avec le développement du web social, l'activité des veilleurs d'entreprise, jusqu'alors individuelle, a évolué vers plus partage et de communication, grâce aux diverses applications sociales disponibles en ligne (Leitzelmen, Ereteo, Grohan, Herledan, Gandon & Buffa, 2009).

Bien que la veille ait évolué au fil du temps au sein des entreprises, il n'en reste pas moins que son processus, tel que défini par la norme AFNOR XP X 50-053, n'a pas évolué depuis 1998, malgré le fait que certains professionnels en aient proposé un réajustement.

1.1.2. Le processus de veille tel que défini par la norme AFNOR XP X 50-053

La norme AFNOR XP X 50-053 décline le processus de la veille en huit étapes. Elle est le document de référence de tout veilleur se lançant dans une démarche de veille, quelle qu'en soit sa caractéristique (veille concurrentielle, technologique, commerciale...).



Source : AFNOR (1998). *XP X50-053 : Prestations de veille - Prestations de veille et prestations de mise en place d'un système de veille*. Seine Saint Denis : Association Française de Normalisation

Définition / redéfinition des axes de surveillance et des finalités

Cette étape correspond à la description des sujets sur lesquels l'entreprise entend veiller, en adéquation avec la stratégie qu'il a mise en place. Elle permet aussi d'identifier les attentes finales du client.

Détermination des types d'informations utiles

Il s'agit lors de cette étape de décider du type d'information à surveiller : statistiques, avis d'experts, conférences de presse...

Identification et sélection des sources d'information

Lors de cette étape, le veilleur choisit les sources pertinentes à insérer dans son outil de collecte en

fonction de différents critères comme les types d'informations requises ou les contraintes imposées par l'entreprise (délais, confidentialité, coûts...).

Ces trois premières étapes sont souvent rassemblées en une étape nommée « ciblage » permettant de définir les thèmes sur lesquels le veilleur entend veiller mais aussi de rassembler les acteurs et les sources concernées.

Collecte et sélection des informations

Le veilleur adapte sa collecte d'informations selon la fréquence à laquelle ces dernières sont publiées sur les sites. Il reprend aussi toutes les sources une par une pour en faire un examen. Certaines peuvent d'ailleurs être sujettes au bruit documentaire³, notamment si la veille se déploie autour d'un secteur innovant. Le tri des sources sera alors plus important (Hermel). Les informations sont en général classées et stockées dès cette étape (Balmisse & Meingan, 2008).

Analyse et organisation

Durant cette étape du processus, les informations collectées sont analysées et organisées de manière à être exploitables (synthèses, résumés, système de classification...)

Synthèse et mise en perspective

C'est lors de cette étape que le veilleur peut donner une valeur ajoutée à l'information qui a été collectée et analysée, en dégageant du « sens » ou des éléments stratégiques aidant à la prise de décision selon la stratégie de l'entreprise. La formulation des informations est adaptée.

Communication des résultats de veille

La diffusion des résultats de la veille peut prendre plusieurs formes mais doit bien sûr être adaptée au besoin du commanditaire (blog, bulletin de veille, présentation orale, dossier...)

Validation et réajustement

Lors de l'étape précédente, le commanditaire de la veille peut demander un ajustement ou une réorientation des objectifs de la veille. Selon la demande, le veilleur peut refaire tout le processus qui vient d'être évoqué ou bien ne revoir que certaines étapes.

Le processus informationnel de la veille permet de cadrer l'activité mais a été élaboré à la

³ Ensemble de documents non pertinents trouvés en réponse à une question, lors d'une recherche d'information.

manière d'un objectif opérationnel, une sorte de démarche à suivre pour les veilleurs dans le but d'optimiser la qualité de leur service. La veille apparaît donc comme une activité tellement complexe et cadrée qu'il semble difficile de l'envisager en dehors du secteur de l'entreprise. Néanmoins, des démarches de veilles hors champ professionnel ont vu le jour.

1.1.3. La veille amateur du côté des adultes

Le paysage de la veille a été bouleversé par le « web social » qui a mis à disposition des internautes des outils permettant à tout un chacun de se lancer dans une démarche de veille. Jusqu'alors réservée aux professionnels, cette dernière s'est démocratisée en devenant accessible à tous. Alors qu'au début, les internautes avaient accès à l'information disponible sur le web grâce aux moteurs de recherche (bien plus simples à utiliser que les bases de données demandant l'apprentissage d'un langage d'interrogation spécifique), d'autres modes d'accès ont petit à petit vu le jour à l'image des blogs, forums et réseaux sociaux numériques⁴. La technologie des flux RSS⁵, « format de transmission de données qui permet de décrire les nouveautés mises en ligne sur un site [...] et de les transférer de manière continue [...] sur le poste d'un internaute » (ADBS), s'est aussi démocratisée et a permis de passer d'une logique de « *pull* » (lorsque l'internaute va chercher l'information) à une logique de « *push* » (lorsque l'information va vers l'internaute).

Mais au-delà des aspects techniques du « web 2.0 », celui-ci propose « une architecture de participation » et une « architecture sociale » favorisant l'interaction, la contribution et renforçant le lien social autour de centres d'intérêts communs (Quoniam & Lucien, 2009) dont la surveillance permet de s'émanciper des communautés homogènes ayant elles-mêmes leurs normes de comportement (Merzeau, 2008). Ces relations sociales sont d'ailleurs vues comme un vecteur d'information (Lambert & Landaverde, 2012). En effet, par un système d'abonnement à des comptes personnels, les veilleurs amateurs tirent parti de l'information surveillée par les experts de leur domaine. Pour Christophe Deschamps, consultant-formateur en veille et intelligence économique, ces derniers placent donc des filtres humains entre la masse d'informations disponibles sur le web et eux-mêmes (Deschamps), leur confiance se basant sur la réputation ou la popularité⁶ de leurs sources (Lambert & Landaverde, 2012). Une information jugée intéressante est bien souvent

4 Services web qui « permettent aux individus de construire un profil public ou semi-public au sein d'un système, de gérer une liste des utilisateurs avec lesquels ils partagent un lien, de voir et naviguer sur leur liste de liens et sur ceux établis par les autres au sein du système ; et fondent leur attractivité essentiellement sur les trois premiers points et non sur une activité particulière » (COUTANT & STENGER, 2010)

5 *Really Simple Syndication*

6 Définie par Olivier Le Deuff comme la reconnaissance émanant du peuple et non d'une institution (LE DEUFF, 2006)

rediffusée vers les membres de son propre réseau « dans le but de la faire connaître, mais aussi de gagner en crédibilité sur des thèmes de prédilection » (Deschamps). Il existe donc des formes de sociabilités fondées sur la veille (Merzeau, 2009).

Il est intéressant de noter qu'aucun processus de veille du côté des amateurs n'a été élaboré par les chercheurs, ce qui signifie que le document de référence de cette étude reste celui de la norme AFNOR bien qu'il ne soit pas adapté aux veilleurs amateurs du fait de son aspect opérationnel contrastant avec la spontanéité des démarches de veille en tant que fruit d'une initiative personnelle. Concernant maintenant les motifs de la veille, ceux des veilleurs d'entreprise dépend des objectifs et finalités attendues par le commanditaire mais qu'en est-il de ceux du veilleur amateur ?

1.1.4. Les motifs de veille des veilleurs amateurs adultes

Plusieurs auteurs se sont questionnés pour savoir quelles étaient les motivations des personnes ayant ces pratiques de veille en dehors d'un cadre professionnel. Pour Christophe Deschamps, cette veille a une double vocation : elle permet de se constituer des archives personnelles (en utilisant notamment des outils de stockage à l'image du social bookmarking qui permet de stocker, classer, chercher et partager des liens) (Deschamps, 2012) mais aussi de gagner en crédibilité sur des thèmes de prédilection. Cela contribuerait à ce que le veilleur puisse acquérir un statut d'expert⁷ autour de ses centres d'intérêt avec les connaissances nécessaires pour mettre en avant et faire valoir son expertise. Contrairement au veilleur professionnel qui veille pour accomplir une mission dont il a la charge, le veilleur amateur veillerait pour son accomplissement personnel (« accomplissement de soi »), en d'autres termes la recherche d'une forme d'épanouissement et de bien-être (Guerinet, 2014).

Pour d'autres auteurs, comme Michel Gensollen qui s'est intéressé aux communautés en ligne, l'image que les internautes veulent donner d'eux-mêmes serait bien souvent le moteur de leurs contributions sur internet (Millerand, Proulx & Rueff, 2010). En façonnant une bonne image d'eux-mêmes (ou l'image d'un expert par exemple), ces derniers imagineraient donc qu'elle serait acceptée comme telle par leurs lecteurs ou interlocuteurs, contribuant ainsi à forger leur réputation numérique ou e-réputation⁸. Néanmoins, ce serait minimiser l'opinion des autres qui en se cumulant peuvent aller jusqu'à se conventionnaliser dans des « sceaux d'approbation ou de désapprobation »

⁷ Personne experte, spécialiste (ROBERT, 2012)

⁸ « L'e-réputation est l'image que les internautes se font d'une marque ou d'une personne » (ALLOING)

(Origgi, 2007) (c'est à dire bâtir socialement une réputation positive ou négative) d'autant plus qu'une information publiée ou des propos tenus peuvent être changés de contexte, déformés ou soumis à la critique et la controverse.

De leur côté, Vincent Lambert et Vanessa Landaverde ont montré que les utilisateurs de Twitter ne sont pas orientés vers la popularité, mais plutôt vers une utilisation professionnelle de l'outil ainsi que vers le développement de leur capital social défini par Pierre Bourdieu comme étant « l'ensemble des ressources actuelles ou potentielles qui sont liées à la possession d'un réseau durable de relations [...] institutionnalisées d'inter-connaissances et d'inter-reconnaissance » (Pelissier & Gallezot, 2013).

Dans une étude centrée sur les pratiques informationnelles, il est aussi intéressant de savoir que l'environnement d'utilisation de l'information dans lequel évolue l'utilisateur et sa place au sein de cet environnement est un facteur déterminant pour étudier les comportements informationnels (Taylor, 1991 ; Savolainen, 2008).

Maintenant se pose la question de l'intérêt d'étudier la veille chez les jeunes et plus particulièrement dans le domaine de la culture. Tout d'abord, alors qu'il existe peu de travaux sur la veille chez les amateurs adultes, ces derniers sont inexistantes chez les jeunes. Il semblerait pourtant absurde d'imaginer que ces jeunes, fortement adeptes des réseaux sociaux numériques, n'aient pas non plus développés des stratégies de recherche spécifiques pouvant être assimilés à de la veille. En tant que pratique individuelle émanant de centres d'intérêts spécifiques, le domaine de la culture semble être le plus propice à l'activité de veille spontanée chez les jeunes. Quel rapport ces jeunes entretiennent-ils avec la culture ?

1.2. Les jeunes et la culture

La notion de jeunesse est née au XVIIIème siècle dans la bourgeoisie aisée. Cette dernière, dans l'objectif de maintenir son statut social et de le transmettre de génération en génération, a modifié petit à petit l'intérêt porté à sa descendance, notamment en ce qui concerne l'éducation. C'est cette éducation en dehors de la famille, vectrice d'une égalité entre toutes les classes sociales selon les Lumières, qui contribuera à créer un nouvel âge de la vie qu'est l'adolescence (Galland, 2009). Les jeunes seraient alors caractérisés par une culture commune qui se démarquerait de celles de leurs aînés. Alors que dans la première moitié du XXème siècle, les adultes sont encore ceux qui prennent les décisions en matière de culture, un tournant s'opérera dans la seconde moitié du siècle avec l'émergence de la « culture jeune », dont l'expression naîtra avec l'apparition du rock. Cette

culture se définit comme telle de part le public qu'elle cible mais aussi par les médias audiovisuels qu'elle utilise, notamment la radio. La musique sera d'ailleurs le domaine culturel où sa manifestation sera la plus importante, avec l'apparition de comportements individuels et collectifs spécifiques. S'inscrivant dans une logique de masse et dépassant les frontières de la France, la culture jeune deviendra un phénomène générationnel. Cependant, depuis les années 80, cette notion est contestée par les sociologues qui soulignent l'hétérogénéité des pratiques culturelles des jeunes, en s'appuyant sur les enquêtes du Ministère de la Culture, lancées pour la première fois en 1973 (Bernard, 2006). Pour caractériser ces pratiques culturelles, nous retiendrons la définition de Philippe Coulangeon qui les décrit comme étant « l'ensemble des activités de consommation ou de participation liées à la vie intellectuelle et artistique, qui engagent des dispositions esthétiques et participent à la définition des styles de vie : lecture, fréquentation des équipements culturels (théâtres, musées, salles de cinéma, salles de concerts, etc.), usages des médias audiovisuels, mais aussi pratiques culturelles amateurs » (Coulangeon, 2010).

1.2.1. Un accès à la culture bouleversé par le numérique

Avec l'arrivée du numérique, les usages et modes de consommation culturels des jeunes se sont vus bouleversés. Comme beaucoup d'internautes, certains jeunes ont aboli les contraintes temporelles liées aux diffuseurs (radio, télévision) et à l'industrie culturelle (Octobre, 2009). Cela est dû à plusieurs facteurs :

- Une convergence des usages vers l'ordinateur : alors que les jeunes nécessitaient auparavant d'un appareil ou support pour chacun de leur usage culturel (une télévision pour regarder les programmes télévisuels, un chaîne hi-fi et/ou baladeur CD pour écouter un CD, un livre pour lire, un téléphone pour communiquer avec ses amis...), l'ordinateur leur permet de s'adonner à toutes ces activités depuis le même écran et même de jongler entre elles (multi-activité). Ce phénomène de convergence se produit d'ailleurs aujourd'hui avec les smartphones, outils depuis lesquels les jeunes peuvent téléphoner, communiquer avec leurs amis, surfer sur internet, prendre des photos, regarder des films et séries...
- Une consommation à la demande fortement lié au développement technique (téléchargement, streaming, podcasting, vidéo à la demande, web radios...) : grâce à ces techniques, les jeunes peuvent accéder à leurs programmes lorsqu'ils le souhaitent, les télécharger, les regarder et/ou les écouter avant leur sortie officielle, les partager...
- Une offre culturelle florissante sur le web : internet offre la possibilité aux jeunes de ne pas être restreint au choix des décideurs des industries culturels qui façonnent la culture jeune et

l'uniformise. L'accès à une offre variée et éclectique favorise l'hétérogénéité et l'individualisation des goûts.

1.2.2. Activités culturelles et avancée en âge

Activité	11 ans	13 ans	15 ans	17 ans
Regarder la télévision tous les jours	81,0	79,5	78,5	66,0
Écouter de la musique enregistrée tous les jours	37,0	36,0	57,5	68,5
Écouter la radio tous les jours	35,0	43,5	50,5	46,5
Lire des livres tous les jours	33,5	18,0	14,0	9,0
Faire du sport tous les jours	22,0	22,5	21,0	17,5
Jouer à des jeux vidéo tous les jours	21,5	22,0	20,0	16,5
Jouer à d'autres jeux tous les jours	20,5	7,5	2,5	1,5
Lire des bandes dessinées tous les jours	20,5	13,5	8,5	5,5
Lire des journaux, des magazines tous les jours	15,5	12,0	9,5	10,0
Utiliser un ordinateur tous les jours	14,5	26,0	57,0	69,0
Pratiquer une activité artistique	42,5	51,0	42,0	39,0
Écrire un journal intime	33,5	34,0	28,0	22,0

Base : tous les enfants.

Les *items* sont classés par ordre décroissant de pourcentage à 11 ans. La pratique artistique et l'écriture sont placées à la fin car il s'agit de réponse « oui » sans précision de fréquence.

Source : DEPS, Ministère de la Culture et de la Communication, 2011.

Ces chiffres émanent de l'enquête *L'enfance des loisirs*, réalisée par Sylvie Octobre, Camille Detrez, Pierre Mercklé et Nathalie Berthomier en 2010. On constate que l'agenda culturel des jeunes varie selon leur âge, non seulement en terme de loisirs, mais aussi en terme de temps accordé à ces activités. Par exemple, l'écoute de musique enregistrée connaît une forte augmentation avec un écart important entre les jeunes âgés de 13 ans (36%) et les jeunes âgés de 15 ans (57,5%) mais aussi entre les jeunes de 15 ans et ceux de 17 ans (68,5%). La musique semble donc être une composante essentielle de la culture adolescente. Cependant, en terme d'écoute, la radio, qui diffuse à la fois de la musique mais aussi des programmes adaptés aux adolescents, perd de l'audience entre la tranche d'âge des 15 ans (50,5%) et celle des 17 ans (46,5%). Les pratiques artistiques tiennent aussi une place importante, aussi bien chez les plus jeunes que chez les plus âgés, avec néanmoins un développement durant la première partie du collège, aux alentours de 13 ans. Néanmoins, le léger déclin mesuré chez les 17 ans est à nuancer puisqu'il y a en réalité un transfert de l'expressivité et de la créativité vers l'ordinateur. En revanche, une pratique déclinante très significative est celle de la lecture de livres puisque qu'elle concerne 33,5 % des 11 ans, 18 % des 13 ans, 14 % des 15 ans et 9 % des 17 ans. La télévision perd aussi de l'audience au fil de l'âge. Néanmoins, il semble qu'il y ait chez les jeunes un déplacement de support : la dernière étude de Médiamétrie datant de l'année 2014 met en évidence le fait que de nombreux jeunes âgés de 15 à 24 ans regardent la télévision sur ordinateur, smartphone ou tablette (700 000 d'entre eux y consacrent 2h04 par jour) (Médiamétrie, 2014). Si l'on regarde la pratique des jeux vidéos, qui touche majoritairement les garçons, on

remarque que le chiffre est quasiment stable de 11 ans à 15 ans (environ 21%) mais qu'il baisse à l'âge de 17 ans (16%), âge où de nombreux jeunes passent des examens de fin d'études qui leur demande de fournir un travail personnel important. Selon les chiffres de Médiamétrie, 39 % des joueurs s'y adonnent via les réseaux sociaux (Médiamétrie, 2014).

L'usage de l'ordinateur augmente aussi avec l'âge. Il touche 57 % des 15 ans et 69 % des 17 ans, se positionnant comme le média emblématique du passage à l'adolescence. A 17 ans, 76 % se déclarent être très attachés à leur ordinateur. Alors qu'au début du collège, Il sert avant tout aux plus jeunes à jouer à des jeux vidéo (73%), les usages communicationnels s'intensifient durant la seconde moitié du collège (mail : 57 %, messagerie instantanée : 75 %, forums et chats : 22%), tout comme la consommation culturelle, à l'image de l'écoute de musique enregistrée qui est multipliée par deux ou bien du visionnage de films, quasiment inexistant chez les plus jeunes et qui atteint presque 40 % des adolescents.

Enfin, si l'on s'intéresse au genre, il semble que les espaces culturels occupés par garçons et filles ne sont pas les mêmes, tout comme l'agenda qui y est rattaché. Ainsi, les garçons sont de grands adeptes des jeux vidéos, à l'inverse des filles, mais globalement ces dernières semblent plus impliquées dans les consommations culturelles, notamment les plus savantes, confirmant ainsi les tendances à la féminisation des pratiques culturelles chez les adultes.

1.2.3. Le cas de la musique

L'écoute de musique enregistrée est la deuxième activité culturelle des 15-17 ans, juste derrière la télévision. Néanmoins, alors que l'usage de cette dernière décline, la musique se positionne comme un élément emblématique du passage à l'adolescence, quelque soit le genre concerné et malgré le fait que les filles écoutent plus de musique via l'ordinateur que les garçons (73 % des filles contre 67,5 % des garçons) (Octobre, Détrez, Mercklé, Berthomier, 2010).

1.2.3.1. Assouvissement de ses goûts musicaux

En terme de goût, une différence s'opère entre les 11-13 ans et les 15-17 ans. En effet, les premiers semblent être perméables aux produits des industries culturelles (radio, TV...) censés représenter la culture jeune, alors que les deuxièmes développent des compétences d'auditeurs, maîtrisent des catégories de musique et des sous-catégories musicales rendant difficile leur positionnement dans les catégories élaborées par les scientifiques (Octobre, 2010). Cela est rendu possible par la diversité des sites de musique aujourd'hui, qui instaurent une plus grande variété de

genres musicaux, mais aussi par les mécanismes de discussion et d'échange en ligne. La musique est de fait « mieux choisie et beaucoup plus adaptée aux goûts de chacun » (Gago, 2008). Que ce soit les amateurs profanes ou les amateurs experts, ces goûts musicaux se créent au sein de réseaux de sociabilité, par des « frottements culturels » qui sont des éléments essentiels dans la constitution de leurs goûts et de leur consommation (Granjon & Combes, 2007). Il y a encore quelques années, les sorties, fêtes, soirées... étaient des occasions pour échanger des contenus, certains pouvant même se munir d'une clé USB ou d'un disque dur pour récupérer de la musique au fil des rencontres. Aujourd'hui, les possibilités qu'offre internet en terme d'échange et de stockage font que ces pratiques sont moins courantes, surtout depuis l'arrivée des smartphones permettant un accès nomade à l'information. En effet, si une musique écoutée lors d'une sortie ou d'une soirée intéresse un amateur, ce dernier a la possibilité depuis son smartphone de la garder en mémoire dans un bloc-note virtuel ou dans ses messages archivés mais surtout de suivre directement le groupe sur YouTube, SoundCloud, Deezer, Spotify⁹... et même de rajouter la musique écoutée à une playlist (en lien avec le genre musical, l'humeur... ou bien en lien avec les conditions de découverte, comme par exemple une playlist « soirée »). S'il veut ensuite se la procurer, cela permet entre autre de stocker la musique quelque part avant de la télécharger (par exemple, créer une playlist « à télécharger » sur YouTube).

Ces goûts musicaux influent directement sur le choix des médias par les amateurs de musique. En effet, plus leurs goûts seront spécifiques, plus les médias qu'ils consultent seront spécialisés. Les amateurs de R'N'B trouveront leur bonheur dans certaines radios françaises, ainsi que dans les clips à la télévision, alors que ceux préférant la drum'n bass ou le chill step¹⁰ devront trouver d'autres moyens pour s'informer. Car ces genres musicaux, touchant un public plus restreint sont considérés comme peu rentables et n'intéressent pas les médias de grande diffusion. D'où la nécessité pour ces amateurs de musique spécialisée de se tourner vers « des médias de niche ou plus alternatifs » (Granjon & Combes, 2007).

1.2.3.2. Amateurisme et musique

Néanmoins, ce n'est pas tant le goût en matière de musique qui détermine les pratiques de consommation des amateurs de musique mais bien leur niveau de spécialisation, structuré autour d'un genre musical, et la façon dont ils actualisent leur attrait pour cette musique. Il est aussi intéressant de voir que pour répondre à leur besoin, les amateurs les plus experts mettent en place

9 Réseaux sociaux numériques centrés sur l'écoute de musique.

10 Styles de musique électronique

des stratégies d'information, en repérant les sources qui les intéressent (bien souvent reconnues par leur communauté musicale) et en les consultant de manière itérative (parfois avec des flux RSS) dans « une sorte de veille informationnelle sur des types de musique et de contenu » (Granjon & Combes, 2007). Cette veille résulterait donc d'un besoin d'information non assouvi par les médias de grande diffusion, un manque à combler. Il est aussi intéressant de voir qu'au-delà de l'écoute musicale à proprement parler, ces amateurs les plus experts visent dans leurs pratiques l'enrichissement de leur culture musicale. A l'inverse, les amateurs les plus « profanes » expriment davantage les sentiments et émotions que leur procure l'écoute de musique. Ils gardent d'ailleurs cette « expérience esthétique » pour eux et ne la partagent que très peu collectivement (Granjon & Combes, 2007). Que les jeunes amateurs se situent plutôt du côté de l'expert ou de celui du profane, il n'en reste pas moins que c'est une des populations les plus adeptes de l'amateurisme artistique (Octobre, 2009).

Comme cela a été évoqué, les modes d'accès à la culture ont été bouleversés chez les plus jeunes comme chez les adultes. Ces derniers ne sont plus soumis à la programmation des médias traditionnels et trouvent sur le web une offre culturelle florissante permettant l'assouvissement de leurs goûts, aussi spécifiques soient-ils. Si les adultes qui ont connu « l'avant-internet » ont su profiter du développement du web en s'emparant d'outils de veille pour répondre à leurs besoins informationnels, il serait illusoire de penser que les jeunes, ayant grandi avec internet ne se soient pas non plus emparés de ces outils. A l'heure où leurs pratiques en ligne sont justement décriées (manque d'évaluation des sources d'information, plagiat, mauvaise gestion de leur identité numérique...), il reste néanmoins nécessaire de les comprendre pour pouvoir les utiliser à bon escient, d'autant plus que la veille, de par son processus informationnel, permet de travailler différentes compétences info-documentaires indispensables à la formation du citoyen (évaluation des sources, tri, classement, diffusion des informations...).

2. Méthodologie

Dans le cadre de cette étude sur la veille chez les lycéens dans le domaine de la culture, la démarche adoptée a été qualitative puisque qu'il ne s'agissait pas d'obtenir des données chiffrées sur le plus grand nombre (démarche quantitative) mais plutôt de rendre visible un phénomène culturel par une analyse approfondie de quelques situations individuelles. Les entretiens qui ont été menés sont des entretiens semi-directifs durant lesquels les interviewés ont décrits la manière dont ils se tenaient informés sur les sujets qui les intéressaient, avec de temps en temps des relances de ma part. Les interviewés étant de très bons interlocuteurs, le dialogue était fluide, suscitant leur désir de discuter autour de leurs pratiques. En tant qu'entretien à usage principal, c'est à dire en tant que mode principal de collecte de l'information, des axes, issues de la littérature scientifique, ont été formalisés dans un guide, lui-même élaboré à partir des éléments de la veille qu'il nous semblait intéressant de mettre en exergue chez les jeunes¹¹. Le guide comportait donc plusieurs thématiques à évoquer :

- **Le déclencheur du processus de veille** : à savoir les raisons pour lesquels les interviewés se lançaient dans une démarche de veille et non dans une simple recherche d'information.
- **Les critères de sélection des outils** : à savoir les raisons pour lesquelles avoir choisi tel outil plutôt qu'un autre.
- **La méthode utilisée** : à savoir la manière opérationnelle dont ils procèdent pour se tenir au courant.
- **La diffusion de l'information** : à savoir la manière dont ils diffusent ou partagent l'information et auprès de qui.
- **La question du temps** : à savoir la fréquence à laquelle ils se tiennent informés (essentielle pour savoir si l'on est dans une démarche de veille ou non)
- **Les motifs** : à savoir ce qu'ils recherchent personnellement dans cette activité, ce qu'elle leur apporte.

A chaque thématique correspondait donc des axes issues de la littérature scientifique et qui étaient susceptibles d'être évoquées par les jeunes mais aussi des exemples de phrases d'accroche ou de relance pour les évoquer dans un langage adapté et compréhensible pour toute personne n'ayant pas de connaissance dans le domaine. Des phrases d'accroche ont aussi été élaborées pour aborder les thématiques au sens large (par exemple, pour évoquer le déclencheur du processus de veille, la

¹¹ Voir annexe 1

question était de savoir comment l'idée ou l'envie leur était venue de faire ce dont ils étaient entrain de parler).

2.1. Le choix d'une population lycéenne

Le choix de mener cette enquête auprès d'un public lycéen est vite apparu comme une évidence. Au vu de la dimension professionnelle de la recherche et du fait qu'un plus grand intérêt était porté aux élèves et non aux professeurs, deux types de population pouvaient correspondre : les collégiens et les lycéens. Nous intéressant au tout début à la musique (et non à tous les domaines culturels suscitant un intérêt chez les jeunes) et ayant travaillé dans les deux types d'établissement (collège et lycée) en tant qu'assistante d'éducation, il semblait que les collégiens écoutaient encore massivement des musiques commerciales ne nécessitant pas forcément une démarche de veille (ce qui sera confirmé par la littérature scientifique). De la même manière, il semblait que les lycéens étaient plus aguerris en terme de recherche d'information (à commencer de part leur formation plus élevée) donc qu'ils étaient les plus à même de mettre en place des stratégies pour se tenir informés. A cela s'ajoutaient aussi le fait que l'accès à de nombreux réseaux sociaux numériques étaient interdit jusqu'à une certaine tranche d'âge, limitant bien souvent l'accès à ces réseaux pour un public collégiens. Enfin, ces derniers pouvaient être soumis à un accès restreint ou réglementé à l'ordinateur (voire même au smartphone) au sein de l'environnement familial.

Concernant les caractéristiques des interviewés, il fallait que ces derniers aient des pratiques en ligne pouvant être assimilés à de la veille, sans distinction entre les sexes, les âges, les filières ou même l'origine sociale. De par l'approche qualitative et le cadre de cette enquête, sept entretiens ont donc été menés, dans le but de mettre en lumière ces pratiques. En revanche, pour pouvoir opérer une distinction entre âge, sexe, filière ou origine sociale, il aurait fallu un nombre plus important de lycéens, de manière à pouvoir détecter des tendances. Les interviewés de l'étude ont entre 15 et 18 ans et fréquentent un lycée dont beaucoup d'élèves relèvent de familles ayant une catégorie socio-professionnel relativement élevée. Six filles et un seul garçon ont été volontaires pour participer à l'étude. Deux sont en seconde, deux en première littéraire, une en terminale littéraire, une en terminale économique et social et le dernier en terminale sciences et technologies de l'industrie et du développement durable.

2.2. Mode d'accès aux interviewés

Travaillant dans le même établissement que les lycéens interviewés, le mode d'accès aura tout

d'abord été direct. Dans un premier temps, des affiches ont été réalisées et déposées dans des lieux stratégiques de l'établissement (hall d'entrée, couloirs, vies scolaires, extérieur et intérieur du centre de documentation et d'information...) mais ce dispositif aura été totalement inefficace puisqu'aucun lycéen ne se sera présenté. En outre, même si cela avait été le cas, un deuxième filtrage aurait été nécessaire puisque les termes employés ne permettaient pas vraiment de comprendre spécifiquement ce qu'il était recherché. Dans un deuxième temps, il a été donc indispensable d'aller directement à la rencontre de certains élèves, en privilégiant ceux qui étaient connus (par exemple, certains à qui des cours avaient été dispensés), ce qui aura été bien plus fructueux. C'est ensuite à partir de ces élèves que le mode d'accès aux interviewés a été modifié en passant de direct à indirect, plus particulièrement à partir de la méthode de proche en proche (Blanchet & Gotman). Cette dernière consiste à demander à un interviewé d'en désigner un autre jusqu'à créer une chaîne. En demandant simplement à ces élèves s'ils n'avaient pas de connaissances dont le profil correspondait, il a ensuite été possible de trouver d'autres lycéens.

D'autre part, pour savoir si ces lycéens avaient des pratiques informationnelles pouvant être assimilées à de la veille, la musique aura été le thème d'accroche. En effet, en leur demandant s'ils se tenaient régulièrement informés sur une thématique et s'ils partageaient ou discutaient de ce qu'ils avaient trouvé avec leurs amis, cela leur semblait flou alors qu'en prenant l'exemple de la musique et du suivi de groupes sur YouTube ou Facebook, ils voyaient tout de suite de quoi il était question et faisaient le lien d'eux-mêmes vers d'autres centres d'intérêts culturels.

2.3. Déroulement des entretiens et matériel utilisé

Tous les entretiens ont été réalisés dans une petite salle destinée à la rencontre entre parents et professeurs. Beaucoup plus intimiste qu'une salle de cours ou que le CDI¹² de l'établissement, elle aura permis d'abolir le cadre scolaire en laissant de côté le rôle de lycéen et de professeur des différents protagonistes au profit de celui d'adolescent et de chercheur.

Après avoir repris le cadre de l'enquête avec les interviewés, l'entretien commençait par une phrase d'accroche où il leur était demandé d'expliquer la manière de se tenir au courant des nouveautés dans les domaines qu'ils affectionnaient. De là s'engageait la discussion, parsemée de relances. Ces dernières se basaient sur les dires antérieurs des élèves, souvent dans le but de demander une précision sur les propos tenus, de synthétiser mais aussi de reformuler pour savoir s'ils avaient bien été compris (Blanchet & Gotman) . Passées les cinq premières minutes, les interviewés semblaient être à l'aise et leur attitude, ainsi que la manière dont ils s'exprimaient ne

12 Centre de documentation et d'information

laissaient paraître aucune gêne. Ils se sont même avérés être de très bons interlocuteurs, ce qui a sans doute été rendu possible par le fait que la distance sociale entre interviewer et interviewés ait été relativement réduite : les nombreux réseaux sociaux évoqués, ainsi que leur fonctionnalités, mais aussi des éléments plus spécifiques (comme par exemple de nombreux styles de musique non commerciale) étaient donc connus. En outre, cela aura été un gain de temps au niveau du déroulement des entretiens puisqu'ils auront duré en moyenne trente minutes alors que le temps aurait facilement pu être doublé sans ces connaissances préalables :

- 1^{er} entretien : 35 minutes, 32 secondes (Caroline, 1^{ère} L)
- 2^{ème} entretien : 31 minutes, 48 secondes (Camille, 1^{ère} L)
- 3^{ème} entretien : 18 minutes, 45 secondes (Gaëlle, Ter ES)
- 4^{ème} entretien : 37 minutes, 39 secondes (Antoine, Ter STI2D)
- 5^{ème} entretien : 23 minutes, 40 secondes (Julia, 2^{nde})
- 6^{ème} entretien : 22 minutes, 13 secondes (Chloé, 2^{nde})
- 7^{ème} entretien : 30 minutes, 21 secondes (Sophie, Ter L)

Concernant le matériel, le guide d'entretien avec les thématiques à aborder et un ordinateur portable auront été utilisés. Le guide aura permis de ne pas oublier certains éléments jugés importants à aborder dans le cadre de l'étude tandis que l'ordinateur aura eu deux fonctions : tout d'abord enregistrer le discours des interviewés pour pouvoir l'analyser a posteriori mais aussi consulter avec eux les sites spécifiques qui étaient inconnus (en les laissant prendre l'outil en main). L'ordinateur, plutôt que d'être placé entre les interviewés et le chercheur était davantage disposé sur le côté pour ne pas créer de barrière au dialogue. Parfois, quand les sites ou réseaux sociaux numériques utilisés étaient régulièrement consultés par le biais d'applications sur smartphone, certains montraient d'eux-mêmes ces applications, leur interface et/ou la manière dont ils l'utilisaient.

2.4. Analyse des discours

Dans un premier temps, tous les discours ont été retranscrits de manière littérale, en utilisant les signes de ponctuation pour traduire le mieux possible la parole orale en texte écrit. Ils ont été retranscrits de préférence dans les deux jours suivant leur enregistrement. L'analyse de contenu adoptée a été thématique dans le but de chercher une cohérence inter-entretiens. Dans un premier temps, les différents thèmes ciblés étaient les thèmes principaux du guide d'entretien (déclencheur du processus de veille, critères de sélection des outils, méthode utilisée, diffusion de l'information, temps consacré et motifs), qui ont ensuite permis de dégager des thèmes secondaires et des tendances faisant l'objet de la grille d'analyse, version logifiée du guide d'entretien.

3. Résultats

Cette étude, centrée sur la veille des lycéens dans le domaine de la culture, a permis de mettre en lumière plusieurs éléments significatifs de leur pratique. Concernant les thématiques sur lesquelles ces jeunes veillent, elles s'avèrent être variées bien que la musique reste néanmoins le dénominateur commun à tous, confirmant ainsi sa place essentielle au sein de la culture adolescente. Mais les lycéens s'intéressent aussi à l'art (photographie, arts plastiques, *street art*), à l'actualité (informations), au sport (course à pied, *skate*, jonglerie), au cinéma, aux jeux vidéos..., autant de centres d'intérêt suscitant une démarche de veille. Nous verrons dans un premier temps que ces lycéens mettent effectivement en place une surveillance active de ces environnements, notamment grâce à des signalements automatisés, puis nous nous intéresserons à la manière dont ils diffusent l'information, avant de terminer sur les motifs déclenchant cette activité.

3.1. Une surveillance continue d'un ou de plusieurs environnements

3.1.1. Automatisation de la veille

Tous les interviewés disent avoir mis en place un système d'abonnement à des sources à partir de différents réseaux sociaux numériques, procédant par cette action à une automatisation « technique » de la recherche de manière à ce que les informations viennent à eux directement (méthode du *push*). Parmi les six interviewés, tous disent suivre des groupes ou des personnes sur Facebook et six sont abonnés à des chaînes sur YouTube, faisant de ces deux réseaux sociaux numériques les plus utilisés. Pour eux, leur utilisation se justifie massivement de par le fait qu'ils représentent une solution de facilité. C'est d'ailleurs ce qu'évoque Camille (16 ans, première littéraire), lorsqu'elle dit que « YouTube, c'est un peu la solution facile » mais aussi Gaëlle (17 ans, terminale économique et social) :

Moi j'suis pas très douée avec la technologie donc j'me réfère surtout à YouTube [...] C'est le plus simple.

Cette simplicité d'abonnement depuis les réseaux sociaux font que les élèves ont l'habitude de s'abonner d'un simple clic et de consulter les informations publiés sur un fil d'actualité (Twitter,

Tumblr¹³ Instagram¹⁴, Deviantart¹⁵, SoundCloud¹⁶). Néanmoins, quand l'outil permet d'affiner davantage l'automatisation vers l'utilisateur, c'est à dire de réduire le temps d'accès à une information émanant d'une source jugée comme ayant une plus grande valeur (esthétique, informationnelle...), il est intéressant de noter que les interviewés disent ne pas utiliser ces fonctionnalités. Si l'on prend l'exemple de Facebook, peu disent consulter les actualités des groupes, personnes ou médias d'actualité depuis l'entrée « actualités des pages » qui permet de filtrer et masquer les actualités des amis. De la même manière une seule élève dit avoir activé la réception de notifications des informations publiées par les pages qui l'intéressent. Elle est aussi la seule à affirmer avoir opéré un classement par centre d'intérêt, à partir de la fonctionnalité « ajouter une liste d'intérêt ».

Mais les interviewés n'actualisent pas leurs informations uniquement à partir des réseaux sociaux. En effet, ils consultent aussi des sites web qui s'intéressent à un domaine particulier (musique, art, cinéma). Majoritairement, ces sites n'intègrent pas de flux RSS permettant aux utilisateurs d'être informés en temps réel. Si cela avait été le cas, ils n'auraient sans doute pas été utilisés puisqu'aucun des interviewés affirme connaître cette technologie. En effet, quatre déclarent n'en avoir jamais entendu parlés alors que les autres estiment trouver l'information dont ils ont besoin d'une autre manière. Pour consulter ces sites, les interviewés utilisent donc la méthode du *pull* en allant vers l'information. Certains comme Sophie (18 ans, terminale littéraire) déclarent avoir enregistré ces sites dans leur navigateur, soit en les mettant dans les favoris, soit en les sélectionnant en tant que page d'accueil, de manière à ne pas avoir à faire la recherche à partir de leur moteur de recherche. En consultant régulièrement ces sites web, les lycéens interviewés automatisent « humainement » cette activité de veille, sans l'aide extérieure d'outils spécifiques.

3.1.2. La veille comme habitude

Tous les lycéens interviewés affirment se tenir au courant des nouveautés dans leur domaine quotidiennement ou environ tous les deux à trois jours, majoritairement après le lycée, le soir et les weekends. La thématique de veille influe sur la fréquence à laquelle les sources vont être consultées. En effet, si l'on prend le cas de la musique, centre d'intérêt de tous les participants, la fréquence de consultation des sources est plus accrue que pour le dessin ou la photographie car

13 « Plate-forme de micro bloggage permettant à l'utilisateur de poster du texte, des images, des vidéos, des liens et des sons » (WIKIPEDIA)

14 Réseau social permettant le partage de photos et de vidéos

15 Réseau social basé sur la création graphique des utilisateurs

16 Réseau social basé sur la création et l'écoute de musique

suivant de nombreuses sources, ils ont quotidiennement de nouvelles musiques à découvrir. Ceux qui disent ne pas consulter les sources musicales quotidiennement mais plusieurs fois dans la semaine sont ceux qui, au-delà de l'écoute, prennent le temps de télécharger les musiques. C'est le cas d'Antoine (17 ans, terminale sciences et technologies de l'industrie et du développement durable) qui affirme télécharger volontairement de nombreuses musiques pour pouvoir les écouter durant deux ou trois jours. Au lieu de prendre le temps tous les soirs d'écouter les musiques publiées sur Ectoplasm, et de télécharger uniquement celles qui l'intéresse, il déclare préférer télécharger massivement celles qui ont été publiées dans différents styles qu'il affectionne pour ensuite les écouter depuis son téléphone d'où il opère un tri. La collecte s'effectue donc tous les deux à trois jours alors que le tri se fait quotidiennement. Pour Camille qui télécharge aussi, la consultation des sources ne se fait qu'environ deux fois par semaine :

Je regarde toutes les chaînes que je...auxquelles j'ai souscrit et donc je vais, je regarde, j'écoute les musiques. Celles que j'aime, je les prends pour moi et si j'les aime pas, ben je les laisse [...] donc j'dirais deux fois par semaine à peu près.

Cette fréquence de consultation plus accrue des sources l'est aussi lorsqu'il s'agit d'information d'actualité puisque de nombreux articles paraissent quotidiennement. A l'inverse lorsqu'il s'agit du dessin ou de la photographie, les intéressés disent consulter leurs sources environ tous les deux jours. Chloé (15 ans, seconde) fait remarquer à juste titre que « les gens ne posent pas non plus quinze photos par page tous les soirs donc un dessin, ça prend du temps ». Cela montre bien que les interviewés, comme les veilleurs professionnels, adaptent leur collecte d'information selon la fréquence à laquelle les informations sont publiées sur un site.

De part le fait qu'ils aient mis en place une fréquence de consultation des différents sites, leur activité de veille a été ritualisée. C'est d'ailleurs ce qu'évoque Camille lorsqu'elle dit que « c'est un rituel d'aller voir tout ce qu'ils ont posté » et qui confie que lorsqu'elle part en vacances deux semaines sans avoir accès à internet, elle passe deux heures devant l'ordinateur en rentrant chez elle, pensant qu'elle a peut être raté quelque chose d'intéressant. Pour Gaëlle, « ça devient une habitude presque » de consulter ses sources sur YouTube. Mais pour d'autres, plus qu'un simple rituel, cette activité est même devenue un automatisme, un acte accompli mécaniquement, comme si il n'était plus réfléchi. C'est le cas de Caroline (16 ans, première littéraire) pour qui « c'est tic en fait c'est un toc c'est un tic d'aller dessus ».

Mais que leur activité relève du rituel ou de l'automatisme, il n'en reste pas moins que tous les

participants considèrent qu'il ne pourrait pas s'en passer ou du moins difficilement :

Ben j'pense que si j'y étais forcée, je pourrais. J'm'en remettrai au bout d'une semaine mais p'têtre que je m'ennuierais et que je ne saurais pas quoi faire à la place pendant un certain temps. Ça prendrait du temps à m'adapter en tout cas parce que c'est dans mon quotidien, je fais ça tous les jours (Chloé).

Pas longtemps en tout cas. Parce que tourner tout le temps sur les mêmes musiques c'est barbant (Antoine).

Ben en fait, j'suppose que j'pourrais m'en passer mais j'ai pas envie en fait parce que j'aime beaucoup [...] Ça me frustrerait j'pense [...] Oui, ça me frustrerait ouais. Maintenant que j'connais et que j'adore ça, ce s'rait hyper frustrant (Sophie).

Quand Caroline parle de la consultation du site Soompi, spécialisé dans la k-pop¹⁷, elle formule son activité comme étant une addiction :

Ça sert à rien parce que les informations elle sortent pas souvent mais j'éprouve le besoin de savoir si y'a des informations qui sont sorties ou pas donc j'y vais cinq à six fois par jour. [...] Je suis une véritable droguée de ce site.

De son côté, Chloé témoigne d'un sentiment de stress face à toutes les vidéos de YouTube qu'elle reçoit sur son profil grâce à ses nombreux abonnements :

Ben p'têtre que certaines fois, il y a des vidéos que j'aimerais voir mais ça me stresse de voir toutes les vidéos pas regardées alors du coup j'me sens obligée de les supprimer et de ne pas les laisser pour plus tard.

3.1.3. Le processus de veille des lycéens au regard de la norme AFNOR

En tant que processus informationnel, le processus de veille de la norme AFNOR peut être appliqué par toute personne s'intéressant à un sujet et souhaitant actualiser régulièrement ces connaissances. Il existe donc des similitudes entre les veilleurs professionnels et les lycéens interviewés, mais aussi des différences.

Définition / redéfinition des axes de surveillance et des finalités

Dans la veille professionnelle, cette étape correspond à la formulation d'une demande du client, alors que ce n'est pas le cas des veilleurs lycéens amateurs. Il y est décrit les sujets sur lesquels l'entreprise entend veiller. En ce qui concerne les lycéens, il est difficile de parler de « définition » ou de « redéfinition » puisque les interviewés ne semblent pas élaborer de réflexion autour de leurs

17 Musique coréenne

thématiques de veille (c'est à dire les axes de surveillance), en ce sens que cette dernière est déclenchée par un intérêt particulier porté à un domaine culturel caractérisant un trait de leur personnalité. Cette étape du processus n'existe donc pas chez les lycéens interviewés. A la place, il serait plus juste de parler d'un élément déclencheur de la veille, non seulement lié à un intérêt porté à un domaine particulier, mais faisant aussi appel à d'autres facteurs comme par exemple le fait que les informations recherchées ne soient pas forcément relayées par les médias traditionnels.

Détermination des types d'informations utiles

Comme les veilleurs professionnels, les lycéens interviewés décident effectivement des types d'informations qu'ils vont surveiller. Par exemple, dans le cas de la musique, ils choisissent de veiller sur les derniers morceaux diffusés et non sur les dernières vidéos de concerts publiées. De la même manière, ceux qui s'intéressent au sport vont privilégier le visionnage de vidéo car il est plus facile de reproduire quelque chose qui a été vu que quelque chose qui a été lu ou entendu.

Identification et sélection des sources

Les élèves interviewés identifient et sélectionnent leurs sources en mobilisant différents critères, tout comme les veilleurs professionnels. Dans les domaines artistiques (musique, dessin, photographie...), ces critères sont bien souvent esthétiques.

Collecte et sélection des informations

Les élèves interviewés collectent effectivement les informations qu'ils ont trouvées mais cette étape dépend des pratiques de chacun. En dehors de la musique, où la collecte s'opère bien souvent par le téléchargement, certains mettent en place des stratégies au sein des réseaux sociaux numériques, notamment en repostant ou en partageant une information grâce aux fonctionnalités offertes, ce qui leur permet de garder cette information sur leur profil. Tout comme les veilleurs professionnels, les lycéens interviewés adaptent leur collecte d'informations à la fréquence selon laquelle ces dernières sont publiées sur les sites.

Analyse et organisation

Les informations recueillies par les interviewés ne sont ni analysées ni organisées. Les lycéens se contentent bien souvent de les garder sur leur profil, sans les classer. Leur compte devient alors leur aide-mémoire, même si le classement des informations n'est pas forcément celui qui permet au mieux de les retrouver. En outre, de par les types d'informations qu'ils recherchent, il serait plus juste de dire que ces dernières sont consommées pour un usage personnel plutôt qu'analysées. Elle

sont d'ailleurs consommées avant d'être collectées.

Synthèse et mise en perspective

En tant que veille pour eux-mêmes, cette étape n'existe pas chez les lycéens.

Communication des résultats de veille

Les résultats de veille sont diffusés de manière ciblée, auprès de personnes ayant les mêmes centres d'intérêt dans les cercles d'amis ou bien publiquement dans des communautés spécifiques. Néanmoins, contrairement aux veilleurs professionnels, l'information est bien souvent diffusée de manière brute et suscite des interactions.

Validation et réajustement

La validation n'existe pas chez les lycéens interviewés du fait qu'ils veillent pour eux-mêmes. En revanche, ils peuvent réajuster leurs sources d'information en supprimant celles qui ne sont pas jugées pertinentes et en rajoutant d'autres sources répondant à ce critère.

Grâce à l'étude qui a été menée, il est possible d'établir un processus informationnel de la veille chez ces lycéens dans le domaine de la culture, à partir de la norme AFNOR XP X 50-053.



Mais l'étude a aussi permis de mettre en lumière des éléments tout à fait significatifs lorsqu'il s'agit de diffuser l'information auprès de ses amis ou dans des communautés spécifiques.

3.2. Différents profils dans la diffusion de l'information

3.2.1. Facebook : diffuser auprès de tous mes « amis » ?

L'étude a montré que tous les interviewés se servent de Facebook comme outil de diffusion de l'information. Pour Camille, « c'est là où y'a le plus de gens et c'est surtout là où je connais bien les personnes ». Presque tous les participants affirment partager auprès de leurs amis dans des conversations privées qui sont parfois des conversations de groupe. C'est notamment le cas d'Antoine :

Y'en a plusieurs en fait, y'a plusieurs groupes. Ceux de la classe, les copains d'ailleurs tout ça. Donc au final, une dizaine, quinzaine. Une dizaine par groupe je pense.

Mais les informations peuvent aussi être diffusées individuellement :

Après j'ai une amie surtout avec qui on s'échange beaucoup de musique par Facebook. Dès qu'on trouve quelque chose qu'on sait que ça va l'intéresser, on s'envoie un lien et après souvent on en discute. (Gaëlle)

Après j'ai des amis où je vais plutôt parler des choses scientifiques ou d'autres où ça va être plus artistique etc. Mais ça c'est surtout avec mon meilleur ami qu'on se monte des trucs qu'on trouve comme ça sur internet parce qu'il est pareil que moi, il est très branché internet. (Sophie)

Que ce soit dans des conversations de groupe ou dans des conversations privées, la diffusion des informations est ciblée en fonction des centres d'intérêts des récepteurs. Seulement deux interviewées disent publier régulièrement sur leur mur, à la vue de tous leurs amis, bien que tous les autres affirment qu'il peut leur être possible de publier une information ou une vidéo qu'ils ont vraiment jugée intéressante ou drôle, tout comme une musique qu'ils ont vraiment appréciée. Parmi ceux qui publient sur leur mur, Caroline, grande fan de la culture coréenne déclare partager des vidéos drôles, ainsi que les vidéos de ses groupes favoris car c'est pour elle un moyen d'exprimer ses goûts et donc sa personnalité :

Je suis obligée de partager sur Facebook, de faire partager ce que j'aime vraiment dans ces groupes.

C'est aussi le cas de Camille qui dit s'être lassée des musiques commerciales pour s'intéresser à des styles de musiques électroniques spécifiques. Ne partageant pas ce centre d'intérêt avec ses amis pour qui la musique qu'elle écoute est parfois un peu trop différente de ce qu'ils ont l'habitude d'écouter, elle affirme se sentir néanmoins obligée de leur faire découvrir des artistes, dans une démarche que l'on pourrait qualifier d'engagée :

C'est vraiment des artistes qui sont pas connus [...] Je partage juste pour aider à les faire découvrir par d'autres personnes [...] Parce que je sais que tout le monde écoute un peu le même genre de musique et j'ai envie de montrer qu'il y a d'autres choses à écouter aussi.

Ceux qui publient des informations sur leur mur Facebook publient souvent de la musique mais pas nécessairement les informations qui concernent leurs autres thématiques de veille, alors même que ces dernières semblent susciter un investissement personnel plus important et même des discussions dans des communautés plus spécifiques. D'ailleurs, la musique, en tant qu'expérience esthétique personnelle, suscite assez peu de discussions. Quand Antoine compare la jonglerie et le *skate* avec la musique, il dit :

Enfin, là c'est vraiment un truc que je fais moi-même en fait ou que la personne fait elle-même. Donc c'est pour ça qu'il y a un retour, pour expliquer que vraiment c'est cool. Alors que si j'ai juste une musique, on va l'écouter, on va dire « elle est cool ta musique » mais bon voilà quoi.

En ce qui concerne maintenant la majorité qui publie uniquement par messages privés sur Facebook, on constate une réelle réticence de leur part à publier ces informations sur leur mur, à la vue de tous leurs amis. A l'inverse de Camille et Caroline qui expriment et affirment leur personnalité par la publication d'informations concernant leurs goûts et centres d'intérêt sur leur mur, aux yeux de tous leurs amis, Gaëlle et Antoine préfèrent rester plus discrets et disent ne partager leurs centres d'intérêts qu'avec une poignée d'amis. Ils s'opposent d'ailleurs à ceux qui publient sur leur mur, en ce sens qu'il y aurait deux profils de personnes sur Facebook : ceux qui publient, partagent, discutent « publiquement » et ceux qui restent plus fantômes :

Moi j'aime pas trop poster sur Facebook, c'est pas trop mon truc (Gaëlle)

Ça dépend des gens. Moi j' préfère pas trop ça, j'aime pas trop faire ça [...] J'aime bien rester coupé en fait (Antoine).

Cela montre dans tous les cas que ceux qui ne publient pas sur leur mur Facebook sont soucieux de

l'audience auprès de laquelle ils diffusent leurs informations.

3.2.2. Gérer son profil en ligne

Toujours en lien avec la diffusion des informations, de nombreux interviewés affirment avoir fait le tri dans leur amis ou avoir fermé leur compte pour en créer un nouveau.

Si j'ai refait justement parce que c'était trop. 800 amis, j'comprenais vraiment plus rien au truc. Parce que j'sais pas...il avait 8 ans mon compte Facebook donc c'est normal qu'il commençait à être overbooké du coup j'ai tout recommencé. (Antoine)

Ouais j'ai fait un tri total mais avant j'en avais 800-900. Là j'suis à 400 donc c'est beaucoup moins et c'est plus tranquille. Les gens qu'j'aime pas, j'les ajoute pas en fait.

D'ailleurs, j'ai fait un grand tri là-dedans ! [...] J'suis passée de j'sais pas euh...600 à 200. Là j'ai plus que...vraiment les gens que je connaisse parce que j'vois pas l'intérêt d'avoir des gens qu'on connaît pas. C'est vrai que c'est mieux de partager avec les gens qu'on connaît bien que quand je partage sur SoundCloud c'est des gens que j'connais...enfin que je connais pas trop qui vont voir et donc euh...j'vois pas trop l'intérêt.

Il semble donc qu'auparavant, les interviewés avaient un nombre considérable « d'amis » dont certaines personnes qu'ils ne connaissaient pas. Bien qu'aucun n'ait évoqué de mauvaise expérience sur les réseaux sociaux, il apparaît qu'au lycée, une prise de conscience émerge sur la nécessité de protéger sa vie privée en ligne. Sophie explique ce phénomène par le fait que la visibilité sociale recherchée au collège et en seconde s'estompe dès la première. D'ailleurs, parmi ceux qui ont opéré un tri dans leurs « amis » Facebook, aucun n'est en seconde :

Ben en fait, quand on est plus jeune, on aurait tendance à vouloir être vu, alors qu'en grandissant justement j'aime bien l'anonymat. C'est pour ça que j'ai un pseudonyme dans le dessin et que je ne me représente pas sous un [*inaudible*] ou quoique ce soit. Maintenant j'aime bien l'anonymat en fait. On laisse notre trace mais sans que personne sache qui on est en fait. Et j'préfère ça alors qu'avant j'aurais plus tendance à vouloir être vue justement. J'aurais ajouté plein de personne etc mais maintenant ça me passe par dessus la tête en fait.

Mais plus qu'un simple tri d'amis, on constate que deux des interviewés sur les trois concernés disent avoir clôturé leur compte pour en ouvrir un nouveau, se construire un nouveau profil en ligne. Sophie s'est créée un pseudonyme au lieu d'utiliser son vrai nom et son vrai prénom de manière à ne pas être identifiée par des personnes qu'elle ne connaît pas :

Ben c'est mieux j'trouve parce que j'ai pas envie que le premier zozo du coin du lycée que j'connais pas du tout il connaisse toute ma vie quoi.

En tant qu'élève de terminale, elle se projette aussi dans la vie professionnelle et tient à protéger sa vie privée face à la curiosité éventuelle d'un employeur. Elle affirme aussi avoir refait tous ces autres comptes (YouTube, Deviantart...) en fonction de son nouveau pseudonyme, de manière à donner une cohérence et homogénéiser son profil d'internaute.

3.2.3. Partager et échanger au sein de communautés spécifiques

Alors que la majorité des interviewés se méfie de l'audience qu'elle peut avoir sur Facebook, ce n'est pas le cas lorsqu'il s'agit de communautés spécifiques, alors même que beaucoup ne connaissent pas leurs interlocuteurs. En effet, alors qu'ils auraient tendance à protéger leur compte sur Facebook, ces derniers s'avèrent être publics lorsque la thématique de veille est en lien avec une pratique artistique ou sportive. C'est notamment le cas de Sophie et Antoine. Alors que ce dernier discute essentiellement sur Facebook en messages privés avec ses amis proches et préfère rester « coupé » de ses autres amis, son attitude est visiblement totalement différente sur Instagram, réseau social depuis lequel il suit des professionnels ou des personnes s'intéressant comme lui au skate et à la jonglerie (notamment le kendama¹⁸). En effet, contrairement à Facebook, il diffuse des vidéos ou photos non seulement auprès de ses amis mais aussi auprès de personnes qu'il n'a jamais rencontrées mais avec qui il a déjà engagé une discussion sur le réseau. Pour cela, il les identifie dans des hashtags en commentaire des vidéos ou photos. De la même manière, Chloé et Camille disent partager respectivement des dessins et des photographies d'artistes sur Tumblr alors qu'elles ne le font pas sur Facebook. Il faut dire que contrairement à Facebook qui reste un réseau social généraliste, leur activité depuis les autres réseaux sociaux se construit uniquement autour d'un centre d'intérêt particulier. Ce qui semble leur plaire sont les échanges bons publics qu'ils entretiennent avec les internautes. De même, lorsque les interviewés commentent, c'est en général quand une information leur a plu, de manière à le témoigner auprès des émetteurs :

Quand ça m'a pas plu, j'évite en général. Je vais laisser pas de commentaire en mode « ouais, c'est nul » ou quoi. Si je fais une critique, je la fais construite quand-même parce que sinon ça avancerait à quoi ? (Antoine)

Si c'est pour dire à l'artiste « Ouais j'ai pas aimé », 'fin...j'vois pas trop l'intérêt. (Camille)

18 Jeu d'adresse d'origine japonaise, semblable au bilboquet

Uniquement ce qui m'a plu. Si ça m'a pas plu, j'ai juste à relativiser. Si le reste des dessins est bien et si j'aime pas trop son style en général je vais plus aimer la page mais c'est tout. (Chloé)

Pour Camille, ces échanges lui procurent un sentiment d'appartenance à une communauté ayant les mêmes centres d'intérêt qu'elle :

Je sais pas...aussi j'aime bien lire les commentaires des gens, 'fin...voir leur réaction. Ça fait un peu un monde de musique [...] Y'a les mêmes personnes pareilles comme moi qui reviennent écouter à chaque fois et du coup...ça fait un peu comme une famille.

Il est aussi à noter que ces échanges au sein de communautés spécifiques sont en lien avec une pratique artistique ou sportive qui semblent susciter un investissement plus personnel dans la veille, notamment de par le fait que beaucoup disent communiquer avec les internautes pour avoir des conseils et améliorer leur pratique.

3.3. Des motifs culturels et pratiques

Cinq des interviewés affirment que cette démarche de veille leur permet d'acquérir ou d'enrichir une culture dans le ou les domaines qu'ils affectionnent. Ils semblent même que certains fassent preuve d'une réelle avidité face à cet apport de connaissances. C'est notamment le cas de Gaëlle :

En ce moment c'est tout ce que je cherche. Je sais pas, j'ai envie de savoir des trucs.

On peut tout de même distinguer dans leur propos deux types de culture : celle propre à un domaine particulier (musique, information d'actualité) et celle propre à un pays, une nationalité différente. Ainsi, Camille et Antoine veillent pour acquérir une culture musicale alors que Caroline et Sophie veillent pour découvrir une ou des cultures différentes de la leur :

Ça m'ouvre plus aux cultures des autres, comme ça je suis plus ouverte aux cultures des autres pays. (Caroline)

Ça me permet d'échanger avec des personnes qui sont très loin géographiquement parlant. Et en plus, moi qui suis super intéressée culture différente etc...moi ça m'éclate de rencontrer des gens, enfin...rencontrer virtuellement des gens de plein de pays différents j'trouve ça absolument génial. Puis vu qu'on a l'anglais du coup en langue commune, ça c'est génial aussi. Donc ouais, ça m'apporte pas mal j'trouve. (Sophie)

Antoine et Sophie expliquent cet intérêt qu'ils peuvent porter à tel ou tel sujet par le fait qu'ils soient de nature assez curieux :

Je sais pas, de nature en fait je suis déjà assez curieux et quand j'ai découvert vraiment le monde la musique, quand j'me suis rendu compte que j'aimais ça, c'est venu naturellement. (Antoine)

Pure curiosité en fait. Je suis quelqu'un de super curieux du coup je suis toujours à la recherche de nouvelles informations etc...d'apprendre plein de nouveaux trucs, de nouveaux centres d'intérêt etc. (Sophie)

Mais pour quatre des interviewés, cette activité de veille leur permet d'améliorer ou d'enrichir leur pratique sportive ou artistique. Chloé et Sophie, intéressées par le dessin, veillent pour avoir des conseils d'internautes ou s'inspirer des styles de dessinateurs pour développer le leur :

En regardant les dessins d'autres personnes j'ai découvert d'autres styles et...quand j'me dis ah ça j'aime bien, j'essaie p'têtre de les reproduire. Du coup ça fait un peu un mélange des choses que j'aime bien et que j'adapte avec...mon style personnel. Et j'ai appris de nouvelles techniques parce que parfois ils postent des vidéos tutoriels avec des techniques particulières, découverte des logiciels aussi... mais en général ils sont payants. (Chloé)

Oui puis avoir des conseils de personnes extérieures, éventuellement donner des conseils à certaines personnes etc du coup, vraiment échange quoi. (Sophie)

De leur côté, Julia (15 ans, seconde) et Antoine, intéressés respectivement par la course à pied et la jonglerie veillent pour améliorer leur pratique sportive et leur physique :

Par exemple, comment bien optimiser son temps pour aller courir etc. C'est plus pour mon physique là que je me renseigne [...] Souvent, c'est des vidéos qui montrent des échauffements donc j'les fais [...] Et j'vais courir aussi. Et voilà, c'est par rapport à la course. Comment ne pas se faire mal par exemple, comment bien respirer etc. (Julia)

D'apprendre des nouvelles choses déjà. Quand on a juste ça¹⁹ comme ça, on ne sait pas trop quoi faire mais quand on regarde un peu comment ça fonctionne, on sait comment faire. On trouve des exemples. [...] Pareil pour le skate ouais. Des tutoriels, tout ça. (Antoine).

Il semble donc que la veille permette non seulement un enrichissement de l'esprit mais aussi un enrichissement de sa propre pratique

19 Parle du kendama

4. Discussion

4.1. Objectifs et limites de l'étude

L'objectif de cette étude était de démontrer si oui ou non, certaines pratiques informationnelles des lycéens dans le domaine de la culture, et donc en tant qu'initiative personnelle, pouvait être assimilées à de la veille, c'est à dire à un processus itératif et continu utilisant des moyens automatisés pour optimiser la distance entre l'émission d'une information émanant d'une source jugée comme pertinente et la réception de cette même information par le veilleur. Dans le cas où l'étude démontrait que les lycéens mettaient en place une démarche de veille, il s'agissait de dresser leur profil de veilleur, notamment au regard du professionnel d'entreprise, à partir de la norme AFNOR XP X 50-053, mais aussi au regard du veilleur adulte amateur. De là sont apparues les premières limites méthodologiques. En effet, alors que de nombreux travaux s'intéressent à la veille d'entreprise, c'est bien souvent dans un objectif d'optimisation de la prestation de veille grâce à diverses stratégies opérationnelles relevant d'avantage du domaine du marketing que de celui des sciences de l'information et de la communication. C'est notamment le cas de la norme AFNOR XP X 50-053, seul document définitoire de la notion de veille. Mais si ce dernier a pu être utilisé en tant que document d'appui, c'est bien parce que le « processus de la veille », tel qu'il est défini dans la norme, peut être assimilé à un processus informationnel qui n'est pas seulement le fait des veilleurs professionnels d'entreprise. Concernant maintenant les veilleurs amateurs adultes, c'est à dire ceux qui n'exercent pas cette activité en tant que professionnels, très peu de travaux se sont intéressés à leur pratique, deuxième limite méthodologique de cette étude, puisqu'il a fallu composer avec des bribes d'informations ne permettant pas vraiment de dresser leur profil.

Mais d'autres limites méthodologiques concernent aussi l'échantillon de l'étude. En effet, le nombre d'interviewés a permis de mettre en évidence certains résultats mais n'a pas permis d'atteindre leur niveau de saturation. Avec un nombre plus important de participants, il est possible que d'autres résultats apparaissent, suggérant d'autres tendances, voire même atténuant certains aspects au demeurant représentatifs des pratiques de cette population. Cela est d'autant plus concevable que l'étude a été menée auprès d'une population homogène, d'une part car les interviewés fréquentent tous le même établissement scolaire où beaucoup d'élèves relèvent de familles dont la catégorie socio-professionnelle est relativement élevée ; d'autre part car elle a été menée sans distinction de genre, niveau ou filières. Mais il est aussi possible que la méthode de

proche en proche, employée comme mode d'accès aux interviewés, homogénéise encore davantage le public puisqu'elle s'appuie sur des relations sociales pouvant être structurées autour de centres d'intérêts communs ou autour de personnalité ayant les mêmes pratiques en ligne.

Néanmoins, l'étude a démontré que dans le cas des lycéens qui ont été interviewés, le processus informationnel qu'ils mettent en place pour se tenir informés autour des thématiques qu'ils affectionnent est effectivement une activité de veille, bien que cette dernière diffère de la veille en entreprise, non seulement en terme de processus mais aussi en terme de finalité. En ce qui concerne les veilleurs amateurs adultes, il est difficile de dire si leur stratégie de veille diffère de celle des lycéens interviewés car à ce jour, aucun chercheur n'a élaboré de processus qui leur serait spécifique. Néanmoins, des différences et similitudes apparaissent dans leurs motifs de veille, notamment en ce qui concerne leur accomplissement personnel mais aussi leur e-réputation. Enfin, la musique, en tant que dénominateur commun de tous les interviewés confirme sa place emblématique au sein de la culture adolescente bien que les pratiques artistiques semblent susciter un investissement plus personnel dans la veille, porteur d'échanges au sein de communautés spécifiques.

4.2. La veille lycéenne au regard de la veille d'entreprise

4.2.1. Inadéquation de la norme AFNOR par rapport au processus de veille des lycéens

Comme cela l'a déjà été évoqué, la norme AFNOR XP X 50-053 n'est pas adaptée à la veille mise en œuvre par les lycéens car elle sous-entend que pour être efficace, les différentes étapes du processus doivent être opérationnalisés par le veilleur, dans un but d'optimisation du service. Or dans le cadre de l'étude, les lycéens veillent sans en avoir conscience et mettent en œuvre cette démarche pour des motifs personnels, non rattachés à la demande d'un commanditaire. Ils ne s'attachent donc pas à suivre le protocole d'un document puisque leur pratique émane d'une démarche spontanée. Beaucoup ne s'étaient d'ailleurs jamais questionnés sur leur propre pratique avant les entretiens. Les enjeux sont donc bien différents du veilleur professionnel qui a besoin d'un document d'appui opérationnalisant les différents étapes de la démarche à suivre pour obtenir de bons résultats et être en mesure de les communiquer. Néanmoins, c'est bien parce que la matière première de la veille est l'information que son processus peut être assimilé à un processus informationnel pouvant être appliqué par toute personne s'intéressant à un sujet particulier et

souhaitant actualiser ces connaissances, même si cette démarche n'est pas rationalisée. Les lycéens, dans leurs pratiques de veille mettent donc en œuvre certaines étapes du processus de veille de la norme AFNOR XP X 50-053, mais pas toutes, et souvent de façon différenciée.

4.2.2. Des lycéens qui ne sont pas des experts de la veille

Globalement, les lycéens interviewés ne peuvent être assimilés à des experts de la veille en ce sens qu'ils veillent en profitant de la simplicité d'abonnement offerte par les réseaux sociaux sans vraiment opérer de classement des informations collectées, ni profiter de certaines fonctionnalités permettant de réduire le temps d'accès à l'information diffusée par certaines sources (exemple de Facebook). Ils témoignent aussi d'une méconnaissance d'outils plus professionnels comme les flux RSS, bien que cela ne soit pas surprenant puisqu'en dehors des réseaux sociaux, les sites qu'ils consultent n'offrent pas cette possibilité d'abonnement, ni aucune autre d'ailleurs, les obligeant à utiliser encore la méthode du *pull* pour accéder à l'information voulue. En tant que « non-professionnels » de la veille, n'ayant pas même conscience de leur pratique, ce manque d'expertise n'est pas surprenant.

La similitude la plus éloquente avec la veille professionnelle ne réside pas tant au sein des différentes étapes du processus une à une que dans sa caractérisation globale d'activité continue et itérative. En effet, de par le fait qu'ils adaptent leur consultation des sources en fonction de la fréquence à laquelle les informations sont diffusées, leur veille n'est pas une activité disparate et discontinue mais bien régulière et itérative. Même s'ils n'optimisent pas forcément au maximum le temps d'accès à l'information publiée par une source grâce à diverses fonctionnalités offertes, ils ne perdent tout de même pas de temps à consulter ces sources inutilement. La phase de réajustement qu'ils mettent en œuvre dans la suppression ou l'ajout de sources témoigne aussi d'une volonté de réduction du bruit documentaire pour accéder à l'information voulue.

Après avoir vu les différences majeures qu'il existe entre la veille exercée par les professionnels et celle exercée par les lycéens, il importe de mettre cette activité au regard de celle exercée par les veilleurs amateurs adultes où des similitudes et des différences apparaissent en ce qui concerne le motifs de veille.

4.3. Des motifs de veille pas toujours semblables à ceux des veilleurs amateurs adultes

4.3.1. Accomplissement personnel : professionnel VS culturel

Comme cela a été évoqué précédemment, les lycéens interviewés veillent pour enrichir leur culture personnelle ou leur pratique artistique et sportive. Dans le cadre de la musique, les travaux de Fabien Granjon et Clément Combes ont aussi démontré que les amateurs de musique visent dans leurs pratiques l'enrichissement de leur culture musicale. Cet enrichissement de culture, évoqué par tous les interviewés, peut être rattaché à ce que Christophe Deschamps nomme pour les veilleurs amateurs adultes « l'accomplissement de soi », c'est à dire une certaine forme d'épanouissement personnel rendue possible par un apport de connaissances intellectuelles. Néanmoins, il n'a pas été démontré que les adultes veillent pour acquérir des connaissances pratiques, liées notamment à l'art ou au sport. Cela peut s'expliquer, non seulement par le manque d'études sur le sujet, mais aussi de par le fait que les adultes délaissent parfois ces pratiques pour consacrer davantage de temps à leur vie professionnelle ou familiale. D'ailleurs, les travaux de Vincent Lambert et Vanessa Landaverde ont démontré que sur Twitter, réseau social depuis lequel les utilisateurs veillent en suivant des personnes ou des organismes, les utilisateurs sont orientés vers une utilisation professionnelle de l'outil. En terme de motifs, les adultes semblent donc mettre en œuvre une veille davantage liée à leur profession que les lycéens qui veillent pour leur culture personnelle, liée à des centres d'intérêts spécifiques. Concernant justement ces centres d'intérêts, la musique confirme sa place importante au sein de la culture adolescente, puisqu'elle est le dénominateur commun de tous les interviewés, mais aussi la thématique la plus partagée collectivement sur Facebook. Il est aussi constaté que leurs goûts se spécialisent, bien souvent dans des catégories, voire des sous-catégories de musique électronique. Certains évoquent d'ailleurs un rejet ou une lassitude des musiques plus commerciales, telles qu'il en passe à la radio ou à la télévision. Du fait de la spécificité de leurs goûts musicaux, il n'est donc pas surprenant que les élèves trouvent leurs sources d'informations sur internet, puisque ces genres ne sont pas relayés par les médias audiovisuels traditionnels. Il semblerait même que cela soit un facteur important, voire un élément déclencheur de leur pratique de veille : n'ayant pas d'agenda médiatique relayé par les médias traditionnels, ils se créent leur propre agenda sur internet en se tournant vers des médias de niche répondant à leurs goûts musicaux. Néanmoins, alors que la musique est une thématique de veille qui concerne tous les interviewés, ce n'est visiblement pas celle qui suscite le plus d'investissement lorsqu'elle est couplée avec une pratique artistique ou sportive. En effet, les interviewés, lorsqu'ils les évoquent, disent que ce sont celles qui les

caractérisent le plus et celles autour desquelles ils échangent le plus dans des communautés spécifiques. En tant qu'enrichissement de leur propre pratique, ceci n'est pas surprenant car les enjeux, ne sont pas les mêmes, la musique satisfaisant simplement un besoin d'ordre esthétique. Du côté sportif ou artistique, les lycéens interviewés élaborent leur propre formation en ligne, de manière autodidacte, puisqu'ils ne suivent pas de cours de dessin ou de sport en dehors. Alors que la veille formative des lycéens peut être mise en parallèle avec la veille professionnelle des adultes, il est intéressant de constater qu'aucun des interviewés ne mobilise cette démarche lorsqu'il s'agit du domaine scolaire.

4.3.2. Constitution « d'archives » personnelles : un terme ambigu pour les lycéens

En terme de motifs de veille adulte, Christophe Deschamps évoque aussi en 2012 la constitution d'archives personnelles comme étant l'une des finalités de la veille. Bien que ce ne soit pas la finalité première de la démarche de veille des lycéens interviewés, il semble néanmoins qu'elle ait toute son importance, notamment dans le domaine musical où beaucoup des interviewés téléchargent des musiques qu'ils ont découvert et qui leur ont plu. D'autre part, la fonction « partager » de certains réseaux sociaux numériques permet aussi à ces jeunes de conserver les informations qui leur ont plu sur leur profil, à la manière d'un blog. Néanmoins, le terme même « d'archives », qui sous-entend un classement des documents, n'est pas adapté à la manière dont les interviewés conservent les informations collectées puisque comme dit précédemment, ils n'opèrent pas réellement de classement, évoquant même parfois un certain « bazar » lorsqu'il s'agit des musiques qui ont été téléchargées.

4.3.3. Être crédible aux yeux des autres : une considération des adultes

En ce qui concerne le fait de gagner en crédibilité sur des thématiques de prédilection, évoqué pour les veilleurs amateurs adultes par Christophe Deschamps, il semble que cela ne soit pas avéré chez les lycéens. D'ailleurs, sur les sept qui ont été interviewés, seulement deux disent se considérer comme des experts ou des personnes de référence dans leur domaine mais ne recherchent pas cela en premier lieu dans leur pratique. Leur recherche d'apport en culture, en tant qu'accomplissement personnel, n'est pas lié à autrui mais à eux-mêmes. Il est d'ailleurs tout à fait probable qu'à leur âge où de nouveaux centres d'intérêts apparaissent, en rupture avec les pratiques culturelles qu'ils avaient au collège, ils soient justement entrain de se construire cette nouvelle culture mais que ce n'est qu'une fois plus âgés, lorsqu'ils ont plus de connaissances, qu'ils cherchent à ce que leur parole

devienne crédible aux yeux d'autrui. Dans ce rapport à l'autre, il est aussi constaté que contrairement aux utilisateurs de Twitter, le développement du capital social, tel que le définit Bourdieu, n'est pas recherché par les élèves puisque ces derniers se constituent en effet un réseau dans lequel circule des ressources mais ce réseau ne se base pas forcément sur des relations d'inter-connaissances et d'inter-reconnaissance de par le fait qu'il n'y ait pas d'échanges avec les personnes qu'ils suivent et que ces dernières ne semblent pas non plus les suivre à leur tour. En revanche, ils constituent un annuaire de ces personnes qu'ils jugent pertinent ou intéressant de suivre, même s'ils ne communiquent pas directement avec eux.

4.3.4. Réguler son image en ligne

En ce qui concerne l'image que les interviewés veulent donner d'eux-mêmes, elle n'est pas le moteur des contributions, comme l'a affirmé Michel Gensollen dans son étude sur les communautés en ligne, puisque les interviewés semblent davantage rechercher l'échange que la publicisation d'eux-mêmes lorsqu'ils diffusent l'information. Néanmoins, comme les adultes, ils régulent cette image, notamment par la gestion de leurs profils. Il semble d'ailleurs que les lycéens aient développé une certaine réflexion vis-à-vis de Facebook et de l'audience qu'ils peuvent y trouver. En effet, au-delà du fait que beaucoup aient opéré un tri dans leurs « amis » ou aient clôturé leur compte pour en recréer un nouveau, très peu publient sur leur mur, que ce soit leurs résultats de veille ou bien même des statuts. C'est uniquement le cas lorsqu'il s'agit d'une information qui les a marqués ou d'une musique qu'ils ont aimé mais pas du tout lorsqu'il s'agit de sujets en lien avec leur pratique artistique ou sportive, bien que ces dernières semblent davantage représenter leur personnalité. Les informations qui vont être publiées sur leur mur Facebook sont donc des informations auxquelles le plus grand nombre peut adhérer, dans le sens où elles sont représentatives de ce que peuvent attendre leurs pairs dans leurs pratiques culturelles et sociales. En d'autres termes, les lycéens interviewés ne prennent pas le risque de diffuser sur leur mur une information si elle ne rentre pas dans les clous de ce que leurs pairs peuvent attendre (ou du moins s'ils pensent qu'elle ne rentre pas dans ces clous). Mais au regard de la diffusion ciblée d'informations auprès d'amis qui ont les mêmes centres d'intérêt, cela n'est pas surprenant : ils ne publient pas auprès de ceux dont ils pensent que cela ne les intéresse pas. En revanche, il est intéressant de voir que la gestion de leur image est totalement différente lorsqu'il s'agit de communautés plus spécifiques en ligne puisque leur profil devient public alors même qu'en dehors de leurs résultats de veille, ils publient aussi leurs propres créations, laissant la porte ouverte à l'échange et à la critique. Il semble donc qu'une plus grande confiance soit accordée aux personnes

qui partagent les mêmes centres d'intérêt qu'eux plutôt qu'à leurs « amis » de Facebook où, même sur leur profil, ils ont l'impression d'être dans un espace public au sein duquel il est nécessaire de protéger sa vie privée, ce qui n'est pas le cas dans les communautés plus spécifiques. Pour conclure sur la question de l'image que les veilleurs lycéens amateurs veulent donner, il semble que la régulation et la gestion de leur profil témoigne de l'intérêt qu'ils lui portent mais que cette dernière n'est pas une finalité dans leur démarche de veille.

5. Implications professionnelles

5.1. Les enjeux sociétaux de la veille

La société actuelle dans laquelle évolue les élèves se trouve confrontée à un nombre considérable d'informations sur le web, dont la croissance exponentielle ne cesse d'alimenter le phénomène de surabondance des informations (ou infobésité), caractérisé par une prédominance du bruit documentaire et des difficultés à trouver des documents et/ou des sources pertinentes. A cela s'ajoute le fait que les frontières traçant l'autorité d'un individu sont aujourd'hui brouillées : tout le monde peut publier sur internet, de l'expert à l'amateur, du citoyen lambda au politicien, des *booktubeurs* aux auteurs professionnels... Par cette autopublication, toute personne souhaitant publier sur internet peut le faire sans passer par les mécanismes traditionnels de validation, c'est à dire le filtre des éditeurs qui existe avec l'imprimé. Les internautes doivent donc se créer leurs propres filtres et mobiliser des critères d'évaluation de l'information pour trouver des documents fiables et pertinents. Or justement, cela pose problème chez les élèves.

En terme de pédagogie, la veille, de par son processus, permet de travailler des notions info-documentaires que les élèves ont du mal à mettre en œuvre : évaluation de l'information et des sources, tri et classement (comme cela a été démontré dans cette étude), analyse et synthèse. En terme de communication différents médias et différentes modalités peuvent être travaillées, ce qui est tout à fait intéressant. Mettre en œuvre une démarche de veille avec les élèves permet de travailler des compétences info-documentaires qui sont aussi mobilisées lors de séquences sur la recherche d'information, telle qu'elle est traditionnellement enseignée par les professeurs documentalistes, de la définition du sujet (semblable à la définition des axes de surveillance) à la communication de son travail de recherche en passant par l'évaluation des informations, leur analyse et leur synthèse... Néanmoins, la différence notable entre les deux tient dans le fait que la veille relève d'une gestion d'un flux d'information (*pull*), actualisant constamment une thématique, alors que la recherche d'information est ponctuelle (*push*). Cette question de l'actualisation de l'information, c'est à dire le fait de se tenir régulièrement informé sur un ou plusieurs sujets, peut aussi plus largement être rattaché à des enjeux citoyens. En effet, le citoyen éclairé est celui qui se tient au courant de l'actualité sociale de son pays, qui a toutes les cartes en main pour se forger sa propre opinion et peut ainsi prendre part aux débats avec une réflexion aguerrie. Mais en dehors de l'actualité sociale, la veille permet aussi de se tenir informé dans le domaine professionnel, notamment dans les avancées, les débats, les nouveautés... qui tiennent lieu au sein d'un secteur.

5.2. Exemple d'un projet autour de la veille

Le projet proposé s'adresse à des élèves de baccalauréat professionnel en « gestion-administration ». Dans la sous-épreuve E32 intitulée « gestion administrative interne », une des compétences à évaluer est la « gestion des informations » avec trois sous-compétences tout à fait intéressantes pour mettre en œuvre une démarche de veille :

- Exploiter la veille et mobiliser des techniques de recherche
- Mobiliser des techniques de production et de structuration de documents
- Organiser les informations pour les rendre disponibles aux utilisateurs

Les élèves qui sont dans cette filière peuvent être amenés à travailler dans des PME, notamment en tant qu'assistant de gestion, assistant en ressources humaines... et leur tâches dans leur période de stage peuvent être nombreuses: gestions administratives des relations externes, avec les clients, les usagers ou les banques, tenue de dossiers, gestion des absences du personnel, suivi administratif et financier, organisations des réunions, planification et suivi des tâches ou gestion administrative des projets de l'entreprise (base documentaire, états budgétaires, planning...). Pouvant être à même de travailler au sein de PME, d'associations, de collectivités territoriales et d'administrations au sens large du terme, ces élèves devront être au courant des actualités du secteur dans lequel évoluent leurs entreprises mais aussi de toutes les informations pouvant aider une prise de décision, en lien notamment avec les projets qu'elles entendent mettre en œuvre.

5.2.1. Présentation globale du projet

Les élèves tiendront une chronique sur une chaîne YouTube à partir de laquelle ils diffuseront des informations relatives à leur veille dans différents domaines relatifs à leurs études mais aussi à leur future vie professionnelle. Environ quatre fois dans l'année, ils se retrouveront pour s'enregistrer et diffuser leur vidéo sur YouTube. Leur chaîne sera accessible depuis l'ENT de l'établissement, dans une rubrique dédiée.

5.2.2. Les séances du projet

Séance 1

- ➔ La veille : qu'est-ce que c'est ? Définition de la notion
- ➔ Constitution des groupes de veilleurs

➔Choix des thématiques de veille

Les groupes seront composés de quatre élèves. Ce nombre, relativement élevé pour un travail de groupe est volontaire : en effet, dans leur futur professionnelle, ils seront amenés à travailler en équipe, à être capable de planifier leurs tâches, confronter les points de vue... Qualités qui sont vivement recherchées au sein des entreprises. Ils devront réfléchir ensemble à ce sur quoi il est pertinent de veiller, leur proposition devant faire l'objet d'une validation par les professeurs encadrants (professeur référent de la classe et professeure documentaliste). Ces derniers auront de leur côté réfléchi à des domaines larges (par exemple marketing, éco-gestion, finance, TICE...) mais aussi à des thématiques plus spécifiques pour orienter le choix des élèves qui auraient du mal à en trouver une.

Séance 2

➔Création des comptes sur Facebook

➔Démonstration des différentes fonctionnalités utiles à la veille

L'étude ayant démontré que tous les interviewés suivent des pages sur Facebook, il est intéressant d'exploiter le réseau social en tant que mode d'accès à des sources d'information. Dans un premier temps, il faudra amener les élèves à réfléchir sur le compte qu'ils vont utiliser : est-il approprié d'utiliser leur compte personnel ? De par le fait qu'ils soient encadrés par leurs professeurs qui risquent de voir tout au long de l'année ce qui se passe sur leur compte, il semble plus pertinent que leur compte corresponde à leur identité d'élève (nom + prénom ou code commun permettant de les identifier) de manière à protéger leur vie privée.

Une fois les comptes créés, les professeurs montreront aux élèves les différentes fonctionnalités liées à la veille sur Facebook (par vidéo-projection par exemple) :

- L'abonnement à une page
- La réception des notifications dès qu'une information est publiée par la page
- La création d'une liste d'intérêt (qui permet de consulter les pages par centres d'intérêt)
- La sauvegarde d'informations jugées intéressantes

Lors de cette séance, comme lors de toutes les séances où les élèves devront utiliser Facebook au sein de l'établissement, il sera nécessaire de demander au gestionnaire réseau d'enlever l'interdiction d'accès au site.

Séance 3 et 4

→Évaluation et sélection des sources

Avant que les élèves ne sélectionnent les sources d'information, il faut que ces dernières soient au préalable évaluées à partir de différents critères (autorité, pertinence, objectivité...). Ces critères peuvent d'abord être évoqués à l'oral avec les élèves avant la distribution d'un document qui les rassemble. Il serait intéressant que les élèves aient au moins trois ou quatre sources différentes par groupe. Comme il ne sera sans doute pas possible que tous aient un ordinateur, la connexion peut se faire depuis un ou deux postes, les élèves pouvant ensuite « suggérer les pages » à leurs amis Facebook.

Séance 5 et 6

→Tri et classement des informations

→Prise en main d'un outil de socialbookmarking

Avant cette séance, les élèves devront se rendre régulièrement sur leurs comptes pour voir les informations publiées et en sauvegarder quelques unes dans la « sauvegarde » de Facebook. Au début de la séance, il leur sera demandé ce qu'ils pensent de cet outil, s'ils le trouvent approprié pour échanger avec les membres de leur groupe, s'ils le trouvent approprié pour classer les informations... Les informations publiées sur Facebook par les diverses sources contiennent bien souvent des liens vers des pages internet. Les élèves peuvent en effet utiliser la « sauvegarde » du réseau social car cela leur permet de garder les informations dans un premier temps, mais comment les organiser et comment les partager avec les membres de son groupe ? Une conversation de groupe n'est pas le plus approprié puisque les informations risquent d'être noyées au milieu de conversations privées. En revanche, utiliser un outil comme Diigo qui permet de conserver les informations, les classer, les indexer, le tout de manière collaborative s'avère être très intéressant, d'autant plus que l'étude a montré que les élèves ne classaient pas les informations qu'ils collectaient. Cela permet aussi de travailler l'indexation des documents par les mots-clés. Pour pouvoir évaluer le travail des élèves sur Diigo, les enseignants devront faire parti de tous les groupes.

Séance 7 et 8

→Analyse et synthèse des informations

Lors de ces séances, les élèves devront choisir le sujet ou les sujets qu'ils souhaiteront traiter sur la chaîne YouTube. Les professeurs devront les encourager à choisir davantage un ou deux sujets à développer en synthétisant les points de vue des différentes sources. Pour les aider dans leur analyse, un document pourra être élaboré (il sera utilisé tout au long de l'année) de manière à les aider à faire leur synthèse (Quel est le sujet traité ? Qu'est-ce que l'on retrouve selon les différentes sources ? Qu'est-ce qui diffère ? Qu'est-ce qui est de l'ordre de l'objectif / subjectif ? Dans quel ordre logique les informations doivent-elles être présentées ? Etc...). C'est aussi durant ces séances que les élèves se répartissent la parole et élaborent un document rassemblant les informations qu'ils veulent communiquer à l'oral.

Séance 9

➔ Communiquer ses résultats de veille

Les résultats de veille seront communiqués à partir d'une chaîne YouTube que les professeurs auront créée, sous la forme d'une chronique. Il faudra penser au préalable à demander l'autorisation des parents pour la diffusion de vidéos sur internet. Les enregistrements ne se feront pas pendant les cours mais ce sont les élèves qui se filmeront avec leur appareils, où ils le désirent. Ils devront ensuite envoyer la vidéo à leurs professeurs qui la mettront sur la chaîne YouTube. Si le CDI de l'établissement le permet, une salle ou un espace au calme sera réservé à ceux qui veulent procéder aux enregistrements au sein de l'établissement où il est peut être plus facile pour eux de se rencontrer. De plus, les fichiers pourraient être transférés immédiatement sur l'ordinateur de la professeure documentaliste.

L'objectif de la séance sera donc de donner aux élèves les consignes relatives à ce qui est attendu d'eux au niveau de la vidéo : accroche, regard, voix, débit, ton, posture, mise en scène...

Par la suite, une fois les premières vidéos postées sur YouTube, le schéma de veille pour les élèves recommencera sauf qu'ils n'auront pas à sélectionner de sources d'informations. En revanche, de nouvelles pourront être ajoutées (réajustement). Les séances en présentiel (élèves et professeurs) se feront lors de l'analyse et de la synthèse des informations pour les conseiller, les guider et évaluer globalement le travail qu'ils auront réalisé. En dehors de cette étape d'analyse et de synthèse, les professeurs devront régulièrement voir les informations qui sont collectées et rassembler dans Diigo, de manière à voir si les élèves jouent le jeu et veillent réellement. En dehors de Diigo, le professeur référent de la classe pourra aussi, une fois par semaine, demander brièvement aux groupes de citer une actualité de la semaine.

5.2.3. Évaluation du projet

L'évaluation du projet doit être vivement réfléchie car il se déroule sur toute l'année scolaire.

Peuvent être évalués :

- L'évaluation et la sélection des sources (fiabilité, pertinence)
- Le tri des informations, leur classement, et l'indexation des documents
- L'analyse et la synthèse des informations
- La communication orale
- L'investissement des lycéens dans le projet
- La capacité à travailler en groupe (communication, planification...)
- ...

5.2.4. Prévenir le risque de démotivation

Le risque avec ce genre de projet est lié à la démotivation des élèves puisqu'il se déroule sur toute l'année scolaire, que cela peut leur paraître redondant et que certains peuvent ne pas adhérer à la démarche de veille. Les professeurs devront donc faire attention à susciter leur motivation, dans un premier temps en assurant régulièrement leur encadrement, mais aussi par leur évaluation, ainsi que par des stratégies de valorisation de leur travail : lien de la chaîne YouTube sur l'ENT, diffusion auprès d'élèves de la même filière dans des établissements différents (partenariat avec des professeurs extérieurs), participation à un concours en lien avec le numérique...

Conclusion

Pour conclure, il a été mis en évidence que les élèves de lycée veillent autour de centres d'intérêt divers, tous rattachés au domaine culturel. Cette veille s'effectue massivement depuis les réseaux sociaux où ils s'abonnent à des pages pour suivre des groupes, des personnalités ou des organismes. Ce système d'abonnement leur permet d'automatiser la veille à l'aide des fonctionnalités offertes par les réseaux sociaux mais ils l'automatisent aussi d'eux-même en consultant les sites qui n'offrent pas cette possibilité d'abonnement. Bien que les lycéens veillent, sans même avoir conscience de veiller, il n'en reste pas moins que leur démarche s'est ritualisée, devenant une habitude dont certains auraient du mal à se passer. Au regard du fait que leurs thématiques de veille ne soient pas ou rarement relayées par les médias traditionnels, cela n'est pas surprenant. Cependant, malgré leur démarche, ils ne peuvent être considérés comme des experts, non seulement de par leurs lacunes en ce qui concerne le tri et le classement des informations, mais aussi de par le fait qu'ils n'exploitent pas les fonctionnalités des réseaux sociaux permettant un accès encore plus rapide à l'information voulue. Les informations jugées intéressantes sont diffusées de manière ciblée aux amis proches ayant les mêmes centres d'intérêt ou bien dans des communautés spécifiques au sein desquelles une plus grande confiance semble être accordée aux divers membres. En effet, les informations sont publiées ou republiées publiquement, alors que beaucoup de lycéens sont réticents à publier sur leur mur Facebook et ne partagent que par messages privés. Cette étude aura aussi démontré que les élèves qui veillent le font dans un objectif d'accomplissement personnel, que ce soit par l'apport de culture au sens large ou spécifique, ou bien par l'enrichissement de sa propre pratique artistique ou sportive. Il serait intéressant de poursuivre ce travail de recherche en menant d'autres entretiens, au sein d'établissements différents, avec une population moins homogène, tant au niveau de l'origine sociale, du genre ou bien même des filières.

Bibliographie

AFNOR (1998). *XP X50-053 : Prestations de veille - Prestations de veille et prestations de mise en place d'un système de veille*. Seine Saint Denis : Association Française de Normalisation

ALLOING C. *CaddE-Réputation* [en ligne]. OverBlog. [Consulté le 04/11/2014]. Disponible à l'adresse: <http://caddereputation.over-blog.com/>

BALMISSE G. & MEINGAN D. (2008). *La veille 2.0 et ses outils*. Paris : Lavoisier

BLANCHET A. & GOTMAN A. (2007). *L'entretien*. Paris : Armand Colin

BERNARD M. (2006). La « culture jeune », objet d'histoire ?. *Siècles* [en ligne], n°24, p. 89-98. [Consulté le 1^{er} mai 2015]. Disponible à l'adresse : <http://siecles.revues.org/1465>

COLLECTIF LE ROBERT (2012). *Le Petit Robert 2012*. Paris : Le Robert

COTTIN S. & BATTISTI M. (2005). Les fil RSS. In : Association des professionnels de l'information et de la documentation. *ADBS L'association des professionnels de l'information et de la documentation* [en ligne]. Mis à jour le 10 décembre 2011. [Consulté le 14 juin 2015]. Disponible à l'adresse : <http://www.adbs.fr/les-fils-rss-43081.htm?RH=REVUE>

COULANGEON P. (2010). *Sociologie des pratiques culturelles*. Paris : La découverte

COUTANT A. & STENGER T. (2009). Les configurations sociotechniques sur le Web et leurs usages : le cas des réseaux sociaux numériques. In : International Society for Knowledge Organization. *Intelligence collective et organisation des connaissances : 7ème colloque du chapitre français de l'ISKO*, Lyon. [Consulté le 14 juin 2015]. Disponible à l'adresse : https://hal.archives-ouvertes.fr/file/index/docid/458327/filename/ISKO_Coutant_Stenger.pdf

DESCHAMPS C. La veille dans un environnement numérique mouvant. In : DESCHAMPS C. *Outils froids* [en ligne]. [Consulté le 27 octobre 2014]. Disponible à l'adresse: <http://www.outilsfroids.net/news/la-veille-dans-un-environnement-numerique-mouvant>

DESCHAMPS C. (2006). L'indispensable gestion de la réputation numérique. In : ZDNet. *ZDNet* [en ligne]. [Consulté le 14 juin 2015]. Disponible à l'adresse : <http://www.zdnet.fr/actualites/l-indispensable-gestion-de-la-reputation-numerique-39600489.htm>

DESCHAMPS C. (2012). Vous avez dit "curation". In : L'association des professionnels de l'information et de la documentation. *ADBS: L'association des professionnels de l'information et de la documentation* [en ligne]. [Consulté le 27 octobre 2014]. Disponible à l'adresse: <http://www.adbs.fr/vous-avez-dit-curation-1-definition-historique-des-pratiques-outils-et-usages-115668.htm?RH=1266334869518>

GAGO L. (2008). Les pratiques sonores en ligne: des dispositifs numériques aux modalités de réception. In CORROY L. *Les jeunes et les médias: les raisons du succès*. Paris: Vuibert, p. 212.

GENSOLLEN M. (2010). Le web relationnel: vers une économie plus sociale ? In: MILLERAND F., PROULX S. et RUEFF J. *Web social: mutation de la communication*. Québec: Presses de l'Université du Québec, p. 101-109.

GRANJON F., COMBES C. (2007). La numérimorphose des pratiques de consommation musicale. *Réseaux* [en ligne], n° 145-146, p.291-334. [Consulté le 12 janvier 2015]. Disponible à l'adresse: http://www.cairn.info/revue-reseaux-2007-6-page-291.htm#anchor_citation

GUERINET C. (2014). La curation. In : Centre national de documentation pédagogique. *Savoirs CDI* [en ligne]. [Consulté le 27 octobre 2014]. Disponible à l'adresse: <http://www.cndp.fr/savoirscdi/societe-de-linformation/reflexion/la-curation.html>

LEITZELMAN M., ERETEO G., GROHAN P., HERLEDAN F. , GANDON F., BUFFA M. (2009). *De l'utilité d'un outil de veille d'entreprise de seconde génération* [en ligne]. Intégration Sémantique de l'Information par des Communautés d'Intelligence en Ligne. [Consulté le 14 juin 2015]. Disponible à l'adresse : http://isicil.inria.fr/v2/res/slides/LeitzelmanEtAl_Poster_IC2009.pdf

LEITZELMAN M. (2010). Outiller les interactions sociales au sein du processus de veille. *Les Cahiers du numériques*, vol.6, p-119-133.

MEDIAMETRIE (2014). L'année Internet 2014 : + d'écrans, + de contenus, + d'interactivité, + de complémentarité entre écrans. *Médiamétrie* [en ligne]. [Consulté le 14 juin 2015]. Disponible à l'adresse : <http://www.mediametrie.fr/internet/communiqués/l-annee-internet-2014-d-ecrans-de-contenus-d-interactivite-de-complementarite-entre-ecrans.php?id=1213>

MERZEAU L. (2009). De la surveillance à la veille. *Cités* [en ligne], n°39, p.67-80. [Consulté le 27 octobre 2014]. Disponible à l'adresse: <https://hal.archives-ouvertes.fr/file/index/docid/483294/filename/CITES-MERZEAU.pdf>

OCTOBRE S. (2009). Pratiques culturelles chez les jeunes et institutions de transmission: un choc de cultures? *Culture prospective* [en ligne]. [Consulté le 06 avril 2014]. Disponible à l'adresse: <http://www2.culture.gouv.fr/culture/deps/2008/pdf/Cprospective09-1.pdf>

OCTOBRE S., DETREZ C., MERCKLE P., BERTHOMIER N. (2010). *L'enfance des loisirs*. Paris: Ministère de la Culture et de la Communication.

ORIGGI G. (2007). *Un certain regard. Pour une épistémologie de la réputation* [en ligne]. Paris : Centre national de la recherche scientifique. [Consulté le 14 juin 2015]. Disponible à l'adresse : http://ceres.shs.univ-paris5.fr/IMG/pdf/G_Origi.pdf

PELISSIER N. et GALLETZOT G. (2013). *Twitter: un monde en tout petit*. Paris: L'Harmattan.

QUONIAM L. & LUCIEN A. (2009). Du web 2.0 à l'intelligence compétitive 2.0. In : International Society for Knowledge Organization. *Intelligence collective et organisation des connaissances* : 7ème colloque du chapitre français de l'ISKO, Lyon. [Consulté le 14 juin 2015]. Disponible à l'adresse : <http://www.quoniam.info/competitive-intelligence/PDF/publications/2009/isko.pdf>

SAVOLAINEN R. (2008). *Everyday Information Practices: A Social Phenomenological Perspective*. Plymouth: The Scarecrow Press.

TAYLOR R. (1991). Information Use Environments. In: DERVIN, Brenda. *Progress in Communication Sciences*. Norwood: Ablex Publishing, vol.10.

Annexe

Guide entretien

Question pour aborder le sujet de manière large :

Comment fais-tu pour être au courant des actualités dans ton domaine ?

Questions par points d'entrée :

Déclencheur du processus de veille :

Comment t'es venue l'idée/envie de faire cela ?

Critères sélection des outils :

Quels sites consultes-tu ? Pourquoi ceux-là et pas d'autres ?

Méthode :

Voir ci-dessus "Questions pour aborder le sujet de manière large"

Diffusion de l'information :

Est-ce que tu gardes les informations que tu as trouvées pour toi ou bien tu les partages avec d'autres personnes ?

La question du temps :

Globalement, tu dirais que cette activité te prends combien de temps par jour/semaine ? Combien de fois consultes-tu les sites dont tu m'as parlés par jour/semaine ?

Motifs :

Que dirais-tu que cette activité t'apporte ?

Déclencheur du processus de veille		
	Commentaire	Exemples phrases de relance ou d'accroche
Objectif social (partager, discuter, critiquer...)		Qu'est-ce qui a fait que tu te sois lancé dans ce que tu entreprends ? Pouvoir échanger avec les gens ?
Intérêt pour le sujet		Parce que le sujet t'intéressait ?
Besoin d'information		Parce que tu ne trouvais pas facilement d'information dans le domaine ?
Environnement de l'utilisation de l'information (culturel, scolaire...)		Parce que tu étais déjà plongé dans ce domaine ?
Critères sélection outils		
Renommée dans le domaine concerné		Tu as choisi ce site car il est réputé dans le domaine ?
Connaissance par un large public		Est-ce que parmi tes connaissances, il y a des personnes qui l'utilisent ? Beaucoup ?
Simple d'utilisation		Est-il facile à utiliser ?
Interface		A quoi ressemble ce site ? Est-ce que pour toi, la manière dont il est organisé (image, texte...) est importante ?
Possibilité d'abonnement à des gens, des organisations (Twitter, Scoop it, YouTube, Deezer, Instagram...)		Est-ce que tu trouves pratique que ce/ces sites/s centralisent plusieurs informations à partir de la même plate-forme ?
Possibilité de diffusion directe vers les réseaux sociaux		Est-ce que tu as la possibilité de renvoyer directement les informations vers ton compte Facebook/Twitter/... ?
Méthode utilisée		
Pull /push		Est-ce que tu vas sur les sites un par un pour trouver ce qui t'intéresse ?
Sites dans les favoris du navigateur		Comment fais-tu pour ne pas les oublier ?

Agrégation de signets, socialbookmarking (Diigo, Delicious...)		"
Agrégateur de flux RSS		"
Alertes Google		Comment fais-tu pour connaître rapidement les nouveautés dans ton domaine ?
Utilisation à partir du smartphone		Est-ce que tu te sers de ton smartphone pour te tenir informé ?
Diffusion de l'information		
Via les réseaux sociaux, les blogs		Où diffuses-tu les informations que tu trouves ?
Partage avec les amis, une communauté spécifique, les deux		Les partages-tu avec tes vrais amis ou bien avec des personnes qui ont les mêmes centres d'intérêt que toi ?
Valeur ajoutée (éditorialisation, liens hypertextes...)		Est-ce que tu la diffuses telle que tu l'as vue/lue ou bien est-ce que tu ajoutes des liens, ton point de vue ?...
Ajout du point de vue		Est-ce que tu dis ce que tu penses de ce que tu as trouvé ?
Retour du public destinataire (discussion, débat)		En général, est-ce que tu as des retours des gens sur ce que tu as diffusé, des commentaires de leur part ?
Sentiment éprouvé lors d'un commentaire, d'un "j'aime" ou d'un "retweet" ou autre		Quand tu vois que les gens réagissent à ce que tu publies, quel effet cela te fait ?
La question du temps		
Temps global passé par jour		Combien de temps par jour te prends cette activité ?
Moment dans la journée, fréquence		A quel moment de la journée t'y adonnes-tu ?
Activité addictive		Est-ce que ça t'arrive de t'en passer quelques jours ?
Utilisation du smartphone		Est-ce que tu fais cela de ton smartphone dans la journée ?

Motifs		
Popularité		Est-ce qu'on te parle souvent de ce que tu fais ?
E-Réputation		Est-ce que tu fais attention à la manière dont tu diffuses/commentes... pour donner une bonne image de toi ? Cela te paraît important ?
Se garantir un statut		Comment veux-tu que les gens te voient à travers ce que tu diffuses comme informations ? (quelqu'un qui s'y connaît, un garçon/fille cool...)
Mettre en avant son expertise		Est-ce que tu fais tout ça pour être considéré comme quelqu'un qui s'y connaît dans son domaine ?
Gagner en crédibilité sur des thématiques		Pour être vu comme une personne digne de confiance ? Sur laquelle on peut s'appuyer ?
Développer son "capital social"		Pour rencontrer des gens qui ont les mêmes centres d'intérêt que toi et avec qui tu resteras en contact ?
Tirer parti de l'information surveillée par d'autres		Pour que l'information que d'autres ont publiée ne passe pas inaperçue ?