

Jérôme BERTONECHE

## L'INTERNET-BIBLIOTHEQUE : ACCEDER AU SAVOIR OU SE L'APPROPRIER ?

**Résumé :** L'idéal d'une bibliothèque dématérialisée, véhiculé par les discours qui accompagnent et construisent l'Internet rejoint l'utopie d'un accès transparent au savoir. L'étude des entrées de classification de quelques annuaires-portails fait apparaître une nouvelle logique plus commerciale qui produit des confusions entre accès et appropriation.

**Mots-clés :** nouvelles technologies, portails, Internet, moteurs de recherche, documentation.

Une grande partie des discours (au sens le plus large) qui s'attachent aujourd'hui à décrire l'Internet comme un « super média » cherche des éléments de comparaison, voire des modèles afin de montrer son aspect révolutionnaire. Parmi ceux-ci, la bibliothèque revient souvent. Et pourtant, un premier regard du traitement documentaire que l'Internet propose en tant que « super bibliothèque » incite à se demander si l'on s'accorde sur ce qu'est précisément un « document », et comment on le traite, comme si on y réinventait chaque jour la bibliothéconomie et plus particulièrement la documentation. A l'heure de l'Internet, « chercher » n'aurait ainsi plus le même sens. Que peut signifier aujourd'hui « conserver » ou « partager », « diffuser » l'information à l'heure des annuaires et autres portails ?

On observera tout d'abord combien le rapport bibliothèque/internet est complexe. Il s'agit de montrer que l'on assiste à la construction d'un mythe, celui d'un savoir nouveau, gratuit, sans effort, transparent. C'est particulièrement l'utopie de l'accès que nous cherchons à souligner, dans cette fuite en avant pour l'accès à tout, à tout moment, et en tout lieu. Dès lors, il apparaîtra qu'une bonne partie des textes qui vantent les « miracles » actuels entretiennent une confusion lourde de sens entre l'accès au savoir et son appropriation. La confusion n'est pas nouvelle, mais non seulement elle prend une dimension sans précédent, mais aussi, et surtout, elle est délibérément nourrie.

Dans un deuxième temps, on constatera que l'étude des nouveaux outils de recherche fait émerger la difficulté de les circonscrire. De quoi parle-t-on vraiment ? Annuaires, portails et moteurs de recherche sont loin d'être aussi transparents et anodins qu'on semble le prétendre. A partir de quelques exemples significatifs, il semble que les classifications du « savoir » que les annuaires-portails proposent constituent autant de reconstructions du monde, et de médiations, qui comme on le

verra, nécessitent un regard vigilant pour qui utilise ou conseille l'utilisation d'un de ces outils.

### L'INTERNET ET LE NOUVEAU SAVOIR

C'est devenu aujourd'hui un *topos* que de dire et redire que, sur l'Internet, on trouve une infinité de connaissances, qu'il suffit d'avoir accès au réseau des réseaux pour apprendre une langue rare, connaître la vie de Molière ou découvrir la physique nucléaire... L'Internet serait devenu *L'outil* par excellence du savoir. Et ce serait précisément là un des caractères révolutionnaires de « la société de l'information ».

Les discours « technologiques »<sup>1</sup>, qui pour la plupart veulent nous persuader de sauter dans le train de « La Révolution », insistent dans leurs argumentaires sur la facilité d'accès : chacun peut (et doit ?) désormais accéder au savoir de chez soi et sans effort. L'ordinateur et la connexion sont rois. La société de consommation et la sortie de la crise économique se réjouissent des promesses d'un nouvel Eldorado. Tout doit être facile, transparent. La vie sera désormais numérique, donc sans contraintes physiques<sup>2</sup>, voire symbiotiques : en osmose avec la nature<sup>3</sup>.

Si l'on trouve aujourd'hui quelques textes préconisant de s'interroger sur les relations entre les médias et le pouvoir des idées (le courant médiologique notamment avec R. Debray), tendant à relativiser la pseudo-révolution (Wolton) ou cherchant à nous avertir des dangers des NTIC (P. Virilio), la plupart des textes se font technophiles (P. Levy par exemple), voire technopathes<sup>4</sup> (la plupart des discours commerciaux). La technique est à ce point sacralisée que la technologie n'est plus, comme on s'y attendrait étymologiquement, une « réflexion sur », un regard construit mais simplement une application concrète devant permettre à l'homme d'échapper aux vicissitudes de l'existence. Il faut dorénavant pouvoir téléphoner du train, envoyer un e-mail à un ami à l'autre bout du monde, commander ses livres par le web sans devoir se déplacer dans les librairies (devenues tout à coup extraordinairement loin de chez nous). Les publicités, en vantant les mérites de la

---

<sup>1</sup> Les discours « technologiques » sur lesquelles nous nous appuyons sont légion, il s'agit des textes (au sens le plus large : essais, articles, publicités, discours publics, etc.) qui vantent les mérites des nouvelles technologies. Il conviendrait davantage de parler de discours techno-logiques, puisqu'ils sont essentiellement techno-centristes. Ils constituent le plus souvent tout autant des discours *sur* les nouvelles technologies que *pour* les nouvelles technologies.

<sup>2</sup> NEGROPONTE, Nicholas. *L'homme numérique*. Laffont, 1995. On peut y lire les promesses d'une vie quotidienne débarrassée de toutes les contingences qui seraient avilissantes pour l'homme moderne : se déplacer pour faire ses achats, se lever pour régler le chauffage ou fermer les volets...

<sup>3</sup> DE ROSNAY, Joël. *L'homme symbiotique*. Seuil, 1995. Systémique, cybernétique, Nouvelles technologies et écologie y sont étroitement « connectées ».

<sup>4</sup> Il y a assurément une sorte d'aveuglement médiatique à nous parler encore et toujours des NTIC. Les rubriques, émissions, périodiques qui leur sont consacrés connaissent une croissance exponentielle. De plus, le web lui-même semblerait en proie à une métatextualité forcenée, il parlerait souvent de lui-même dans une sorte de *tautisme* cher à Lucien Sfez (notamment dans *la critique de la communication*.) On peut ainsi se demander à la lueur des milliers de sites webs qui émergent continuellement (et d'une qualité de contenu qui laisse souvent à désirer) si l'essentiel n'est pas d'exister sur le web, et de le dire et redire. Le web serait un objet de réflexivité. Les concepteurs en écrivant leurs pages chercheraient aussi à dire qu'ils sont en train de le faire. Voir pour le concept de réflexivité notamment DEREMETZ, Alain qui l'applique aux textes anciens dans *Le miroir des muses : poétiques de la réflexivité à Rome*. Presses Universitaires du Septentrion, 1995.

« révolution » en train de se faire ou sur le point de l'être dans les objets devenus indispensables à l'homme moderne (ordinateur, scanner, téléphone portable, etc.), offrent par la même occasion, semble-t-il, leur définition à la fois de la modernité et de l'homme d'aujourd'hui ou à venir, voire de ce que doit être la civilisation.

De ces discours, il ressort que l'Internet serait à la fois l'incarnation de la technique et son hypostase. Le réseau des réseaux devrait nous apporter la connaissance, permettre enfin la communication entre les hommes, abolir les distances et les frontières, construire un monde meilleur. De nombreuses utopies, des mythes classiques et modernes resurgissent (voir par exemple Mattelart, Neveu, Steffik, etc.). Il serait permis de satisfaire par exemple, la volonté d'ubiquité, de parvenir à la transparence des objets, et au moyen d'y accéder, à *La Révolution*, etc.

Et notamment, on assisterait aujourd'hui à l'émergence d'un nouveau savoir : un savoir accessible en tout lieu, à tout moment et pour tous, un savoir uniforme et sans contraintes. En 1997, Yves Jeanneret<sup>5</sup> soulignait comment la prétendue « société de l'information » tentait d'instaurer une mutation de l'information autour de l'*immatérialité*, de la *transparence*, de l'*immédiateté*, et de l'*exhaustivité* et de montrer que, par ses propriétés, le monde informationnel espérait permettre à « chacun d'accéder au savoir, de devenir lui-même créateur de savoirs ». Le savoir ne pourrait plus être centralisé. Sa concentration devrait être dynamitée (M. Serres). En le laissant circuler sur le réseau, il serait partagé, et favoriserait dès lors la démocratie et l'égalité, voire une nouvelle société.

Parce que *Le savoir* serait désormais universel, chacun pourrait contribuer à l'accroître, devrait pouvoir s'exprimer, même s'il n'a rien à dire, serait tenu d'avoir son propre site et de s'y adresser à tous sans soucis de distinction du destinataire ou d'adaptation du message. Dans le monde du multimédia, quantité est souvent synonyme de qualité. Un bon cédérom regorge *forcément* d'images, de sons, de textes — il n'y a qu'à lire les argumentaires de vente sur les boîtes d'emballage. Dès lors, il faut s'adresser à la planète entière, et un bon site est un site qui a reçu beaucoup de « clics »<sup>6</sup>.

L'utopie de la communication s'étale au grand jour. Utopie du savoir et utopie de la communication sont donc intimement liées, mêlés aussi et inextricablement aux utopies des moyens de communication, aux « médias », à l'imprimerie autrefois, à la télévision, à l'Internet aujourd'hui, et déjà peut-être au téléphone portable et à l'Internet mobile. Dès lors, dans une civilisation technocentriste, la mondialisation-globalisation qui en est une cause et une conséquence engendre des difficultés à prendre en compte la multiculturalité et la diversité des savoirs. Il suffirait souvent, semble-t-il de traduire un site littéralement, pour le diffuser. Tout est désormais « cyber », immatériel — c'est ce qu'on nous prétend — au risque d'être sans goût et sans saveur.

---

<sup>5</sup> JEANNERET, Yves. Cybersavoir : fantôme ou avatar de la textualité ? *Strumenti critici*, septembre 1997, n° 85.

<sup>6</sup> D'ailleurs certains moteurs de recherche prennent en compte le nombre de « clics » comme gage de qualité de contenu. Le nombre de fréquentations serait un critère de validité.

Bien plus, les discours mais aussi l'objet technique Internet encouragent des confusions entre information, savoir, connaissance et données. Il semble ainsi aujourd'hui que connaître les horaires de départ d'un train et la météo à l'autre bout du monde puisse être mis sur le même plan que découvrir les subtilités des détails de la chapelle sixtine ou un texte d'Hegel. D'ailleurs, le clavier qui sert à « écrire » ce texte propose des touches d'accès à Internet : on y trouve placées les unes à côté des autres : « achats », « loisirs », « météo », « recherche », « actualités », « e-mail ». On verra plus loin comment les portails — les portes d'accès aux mondes du savoir ? — et leurs prétendues classifications peuvent construire un monde étrange...

Assurément les confusions sont nombreuses. Ainsi, chacun imagine des images, des sons, des photographies, des textes « circulant » le plus vite possible sur les autoroutes de l'information, là où des données numériques sous forme d'impulsions électriques sont transmises sur des fils pleins, bien différents des tuyaux que l'on imagine déversant les mythiques contenus d'information, à l'ouverture d'ordinateurs-robinets. Il n'y a que des écrans devant lesquels des hommes doivent s'appropriier des informations, et les transformer en connaissances.

#### L'ACCES AVANT TOUT

Établir les distinctions ne semble pas avoir d'importance. Ce qui compte c'est d'avoir accès comme si cela avait toujours été interdit. On retrouve dans bon nombre de sites « cyber », notamment ceux voués aux « x-files », des traces de mythes de complots planétaires qui auraient caché au monde les informations indispensables à l'homme moderne. Saura-t-on jamais ce qui s'est passé à Roswell, qui a tué J-F. Kennedy et M. Monroe ? L'Internet est le monde de la rumeur par excellence et des légendes urbaines, rumeurs qui font boule de neige et disparaissent brutalement. L'histoire même d'Internet est mêlée de légendes et de mythes fondateurs. La plupart des textes ne lui donnent pour origine qu'un lien étroit avec le projet défense de l'Arpanet qui cherchait, en pleine guerre froide, à conserver les liaisons entre les ordinateurs malgré une défaillance grave de réseau comme une attaque nucléaire. Seuls quelques rares textes (P. Mathias, M. Steffik, T. Leary) échappent aujourd'hui à ce discours quasi unanime. Il y aurait eu à l'origine le désir d'une génération, celle de la fin des années soixante, de communiquer avant tout, d'échanger et de participer à l'élaboration d'une société sans frontières.

L'Internet serait donc devenu une caverne d'Ali Baba du savoir, où tout est entassé pêle-mêle. Et c'est sur ce facteur d'émerveillement que rebondissent les discours commerciaux fortement apologétiques. Entretenir ces confusions permet de vendre toujours plus de matériels, de connexions, de produits multimédias soudainement devenus « culturels », ou « ludo-éducatifs », chacun étant au fait des difficultés du système éducatif, voire de sa faillite à former de futurs « actifs ».

Il n'y aurait donc point de salut autrement que dans le numérique. Car celui-ci permettrait *enfin* de traiter l'information. On ne se l'approprie plus, on lui fait subir un traitement. Les miracles de la technoscience doivent forcément s'appliquer à tout

ce que l'homme touche, produit, conçoit. Depuis Descartes, il faut décomposer pour analyser (Morin), depuis Pascal et Babbage, il faut chercher à programmer et réguler (Breton), l'information ne peut échapper à cette volonté de faire le bonheur de l'homme malgré lui ; la cybernétique en a été un des plus grands espoirs, aujourd'hui 30 ans plus tard, la cyberculture se réapproprie pleinement ce projet. Là serait l'avenir de l'homme.

Une bonne partie des discours sur l'Internet véhicule l'idée que l'information est au centre du projet de civilisation pour le prochain millénaire. Il semble en tout cas que c'est ce que l'on cherche à nous vendre. Une publicité diffusée à la télévision vantant les mérites d'un portail sur Internet nous montre un bibliothécaire jouant avec des livres dans son ennui de ne plus voir d'usagers. Sa bibliothèque s'est vidée, parce qu'on surfe désormais sur le web plutôt que d'aller dans les vieux rayonnages poussiéreux. L'Internet est une révolution. A bas la bibliothèque ! Vive l'Internet. Plus besoin de bibliothécaires, aujourd'hui il nous faut des cyber-documentalistes. Et pourtant, le rapport bibliothèque/Internet ne situe pas seulement dans la substitution de l'un à l'autre mais aussi dans l'inclusion. Mais on sent bien à la lecture des listes de diffusion (par exemple *Biblio.fr*<sup>7</sup> ou *cdidoc.fr*<sup>8</sup>), dans les revues professionnelles, que mêmes les acteurs les plus ouverts aux nouvelles technologies ont des difficultés à articuler un espace concret et son histoire avec un outil récent sur lesquels on a peu de recul malgré la quantité de travaux et d'analyses de toutes sortes. Il semblerait donc que le dernier se revendiquerait comme l'avatar du premier, comme s'il y avait filiation et donc progrès.

Confusion des lieux, des espaces, des missions, moyens, des histoires, parce que tout ne serait qu'illusion volontairement entretenue. Comme le montre Y. Jeanneret, dans son article « Les technologies restent résolument à penser », il convient d'être prudent, notamment avant de prétendre que les NTIC vont modifier notre rapport au savoir voire « démultiplier les savoirs eux mêmes », de ne confondre pas support, document, connaissance et savoir et Y. Jeanneret de déclarer : « la critique de tels discours est plus que jamais nécessaire, car leur vocabulaire, issu d'une rhétorique publicitaire, est vecteur de confusions graves... »

Il est une autre confusion sur laquelle les discours « cyber », c'est-à-dire s'attachant aux NTIC, semblent rebondir : la mutation des techniques documentaires qui seraient propres aux centres de ressources favoriserait la « société de l'information ». Une croyance fortement enracinée dans l'ensemble des textes en un déterminisme technique selon lequel les moyens de pensée modifieraient les modes de pensée, semble s'appuyer sur les exemples du passage du *volumen* au *codex* qui aurait permis le développement du christianisme, ou celui de l'invention de l'imprimerie qui aurait engendré de fait la Renaissance, pour proclamer que les nouveaux moyens de recherche de l'information permettront l'éclosion d'un homme nouveau voire d'un nouvel humanisme. On s'accorde à reconnaître que la Renaissance et l'Humanisme ont pu éclore grâce à différents facteurs tels que les découvrir-

---

<sup>7</sup> Liste de diffusion des bibliothécaires.

<sup>8</sup> Liste de diffusion des documentalistes de CDI.

tes géographiques et notamment la découverte du nouveau monde. Cette contraction de l'espace temps ne doit pas nous laisser indifférents à l'heure de la prétendue ubiquité que nous apportent e-mail et téléphone mobile, de plus il convient de noter qu'une grande quantité des publicités pour les NTIC utilise le modèle du pionnier, de la course vers de nouvelles frontières. Le développement de l'esprit critique à l'époque de la Renaissance serait dû à la possibilité de consulter enfin quantité d'ouvrages par l'imprimerie (la révolution d'alors), et aurait favorisé l'autonomie de l'individu (aujourd'hui, chacun, de chez soi, doit pouvoir voter à distance), le mythe de la cyberdémocratie prenant le relais de celui de la démocratie directe athénienne. Il faut aujourd'hui être à l'abri du monde et de ses dangers tout en faisant partie de cyber-communautés où chacun doit s'exprimer. L'humanisme engageait l'homme à jouir de la vie au quotidien ; les NTIC offriraient sur le même écran, images, films, livres, musiques mais aussi savoir, communication, plaisir, le tout pêle-mêle. Le parallèle peut être suivi entre le nouveau « support », le livre imprimé, et le *divin* réseau aujourd'hui, entre la langue internationale, le latin et l'anglais aujourd'hui. Assurément, le rapprochement est succinct, et mérite analyses mais on doit reconnaître que de prime abord, les arguments des « rhétoriciens de l'illusion », tels que nous nommons les promoteurs de la révolution numérique, puisent allègrement dans l'histoire afin d'asseoir leurs textes...

Ainsi, si l'Internet offre certes une quantité impressionnante d'informations, qu'en est-il véritablement de leurs appropriations ? Et avant de se les approprier, faut-il encore construire une démarche de recherche, alors que l'on nous vante le *surf*. Certes, le cabotage est agréable (et surtout aux fournisseurs d'accès), il peut être à l'origine des grandes découvertes géographiques, mais tout le monde n'a pas cette chance. Comment aujourd'hui se faire une représentation de l'étendue du monde (puisque le web serait le monde), comment se faire une idée du fonds documentaire de La bibliothèque-internet ? La recherche d'information a connu un certain nombre de mutations depuis les fichiers « papier ». Le chercheur n'avait à cette époque que peu de possibilités de croisement de requêtes, il cherchait par exemple en « auteur » ou en « matières », mais il avait une idée de ce qui l'attendait à considérer le nombre de tiroirs qu'il aurait à parcourir. S'il était patient et rigoureux, il pouvait concevoir de faire « le tour » d'une bibliothèque. Lorsque les fichiers se sont informatisés, il a été enfin possible de construire des équations de recherche et, grâce à un logiciel documentaire, de croiser les critères, de multiplier les champs (et de s'amuser à demander à l'ordinateur s'il existait par exemple un ouvrage en anglais publié avant 1992 à moins de 60 F, broché et dont l'ISBN commençait par 0 -19 -). Dès lors, il fallait passer par la sacro-sainte machine qui devait réduire le facteur chance, ce hasard qui fait souvent bien les choses. Dès lors aussi, il devenait de plus en plus difficile de se représenter le fonds documentaire, et, de ce fait, il était d'autant plus indispensable de préciser avec méthode sa démarche de recherche documentaire. L'Internet n'a fait qu'accentuer ce principe. Tout d'abord, cette « bibliothèque », si c'en est une, n'a pas de limites, il est impossible de savoir si l'on a interrogé l'ensemble du « fonds », chaque jour des pages se créent, d'autres disparaissent, certaines informations sont prises en compte par les outils, d'autres ne le sont pas facilement (les

contenus des bases de données, ou les fichiers de type *pdf* par exemple). De plus, les outils qui sont censés nous permettre d'accéder au savoir ont des capacités de traitement et des méthodes souvent bien différentes.

Lorsque l'Internet est arrivé et avec lui son cortège de textes et métatextes, chacun tentant de nous persuader de l'obligation de *s'y mettre*, mais aussi et surtout de la nécessité de savoir chercher. On a parlé de vagues déferlantes d'informations (après Mac Luhan), de risques de déluges (Levy), donc de nécessité de savoir naviguer sans se noyer. De fait, les produits de type « guides papier », rubriques dans la presse, et les autres médias se sont multipliés... Avant de les démythifier, il convient pourtant d'être indulgent, le livre n'a pas constitué son paratexte en un jour ainsi qu'on le demande au web, il a fallu des siècles pour que se stabilisent index, notes de bas de page, sommaires, etc.

Mais il y a quelque chose de bien regrettable à constater qu'il a fallu qu'arrive l'Internet pour que nous comprenions la nécessité de savoir chercher. Chacun semble redécouvrir par exemple les opérateurs booléens, auxquels il avait cependant été initié en classe de sixième au CDI, ou en mathématiques avec la théorie des ensembles. Et puis, il y a cette fascination pour ces outils de recherche (annuaires, moteurs, portails, méta moteurs) due, entre autres, aux messages publicitaires : dans l'urgence de la situation, le chien *Lycos* vous sauve la vie en vous apportant ce qu'il vous faut et rapidement, sur le portail « *voilà* », on n'a plus à chercher, tout est là, à portée de main, on tape un terme et on clique sur « *voilà* », c'est **déjà là**, tout prêt à... consommer.

### **Accès et appropriation.**

Des étapes du traitement de l'information que l'on peut identifier : la conservation, la recherche, le traitement et la transmission ; on aurait tendance, si l'on se fie aux discours actuels, à oublier que s'il y a eu des mutations importantes, certains caractères sont permanents. Ainsi la vague de numérisation à laquelle on assiste de par le monde aujourd'hui n'est pas nouvelle ; elle n'est que le reflet du vieux mythe de la bibliothèque d'Alexandrie qui cherchait à faire le tour des connaissances (c'est d'ailleurs l'étymologie d'encyclopédie). L'origine de l'écriture se trouverait précisément dans cette volonté de conserver l'information. Le numérique devait en être l'apogée. Mais paradoxalement, il est plus facile aujourd'hui de consulter un manuscrit sur codex du moyen-âge qu'un fichier informatique des années quatre-vingt. Les moyens changent, certes, la numérisation augmente les capacités et les facilités de conservation comme l'a fait le passage du *volumen* au *codex*, comme l'a fait l'imprimerie. Mais signe des temps, aujourd'hui, on ne « conserve » plus, on « stocke ».

Il est bien tentant alors de souscrire au déterminisme technique et de considérer que l'évolution des moyens de pensée modifient les modes de pensée. Puisque l'on ne conserve plus comme « avant » (un « avant » difficilement identifié d'ailleurs, puisque la révolution d'aujourd'hui est comparée tantôt aux bouleversements du déluge, tantôt à ceux du néolithique, de l'imprimerie, de l'électricité, etc.),

on ne retrouve plus l'information comme « avant », on ne l'exploite et « on » ne la transmet plus comme avant. « On », parce que voilà le grand retour de l'Homme, d'un homme partout le même, universel, et attentif à la néo-renaissance, voire au néo-humanisme. Il s'agit aujourd'hui d'accéder au Savoir, aux savoirs perdus, cachés, lointains, et complexes, à ces savoirs « produits » et « producteurs » de l'homme.

Ainsi il n'est pas aujourd'hui de musée qui ne cherche à être en ligne. Chacun d'entre nous doit pouvoir profiter des œuvres d'art, de notre patrimoine commun qui ne peut qu'être mis en valeur sur le « net ». Mais c'est confondre accès et appropriation comme l'a montré G. Vidal pour qui les visiteurs de musée en ligne sont souvent les mêmes que ceux qui se déplacent physiquement, montrant par là qu'il y aurait une illusion de croire que l'accès en ligne modifierait de fait la connaissance. C'est aussi ce que souligne P. Chamblat dans un article pour le numéro hors série de *Télérama* intitulé précisément « Au bonheur d'Internet » en déclarant : « ce n'est pas parce qu'on peut acheter un livre que son contenu vous devient accessible : on confond l'accessibilité physique et l'accessibilité culturelle » et de montrer que l'Internet véhicule un imaginaire consumériste fort qui nécessite de se demander « non pas ce qu'Internet fait aux gens mais ce que les gens en font ». Aujourd'hui l'accès se généralise — même si la moitié des humains n'a même pas accès à une ligne téléphonique — et il est de plus en plus rapide. L'argument de vente des fournisseurs d'accès n'est plus seulement celui du prix mais de plus en plus celui de la rapidité de transfert. Après le RTC — le terme pompeux pour nos lignes téléphoniques — il fallait être relié par Numéris, il faut déjà être connecté en ADSL et bientôt peut être échanger grâce au réseau Hertzien... Aller toujours plus vite, plus loin, c'était d'ailleurs le slogan de Microsoft : « jusqu'où irez-vous ? ».

Ce qui compte, donc, c'est l'accès à tout et rapidement. Mais force est de constater que ce n'est pas parce que nos élèves et nos étudiants ont la possibilité de rentrer dans des CDI et des BU informatisés qu'ils les utilisent et se les approprient.

## LE MYTHE DES MOTEURS ?

### Un objet complexe

Les discours publicitaires prétendent donc qu'il est difficile de trouver l'information sur l'Internet, et que les outils qu'ils cherchent à nous vendre vont précisément nous faciliter la recherche. Pour cela, il faudrait des outils, encore et toujours... Mais se soucie-t-on véritablement de méthodologie de recherche, de son évaluation, de validation de l'information, de contexte ? Il y a là un mépris ou un oubli inconscient de l'existant, comme si l'univers de la documentation était totalement inconnu de l'*Internet* (qui est à la fois ensemble de techniques et de textes sur lui même). Le web offre un grand nombre d'outils de recherche. Ceux ci sont d'ailleurs devenus si nombreux que dans un souci de coopération entre les internau-

tes, de nombreux guides à la recherche (GIRI<sup>9</sup>, RISI<sup>10</sup>, SAPRISTI<sup>11</sup>, etc.) sont apparus comme autant de méta-méta-textes, et ceux ci étant eux mêmes de plus en plus nombreux. On repense à cet aphorisme de R. Debray<sup>12</sup> : « A trop se mettre en abyme, on y roule ».

Il y a dans ce qu'on appelle de façon générique les moteurs de recherche, à la fois mythification et réduction. Mythification dans la croyance en un objet magique, gratuit et transparent. Réduction, parce que le terme « moteurs de recherche » semble aujourd'hui être davantage que la somme des différents outils que l'on connaît : annuaires, portails, moteurs et métamoteurs... mais bien souvent, aussi, chez l'internaute l'identification à une culture, une communauté, et chez le concepteur une représentation de son « client » et de ses usages, donnant par là à voir une représentation du monde et des savoirs. Il y a les utilisateurs de *Yahoo* et ceux qui ne jurent que par *Google*, et puis les « accros » de *Voilà*, etc.

Remarquons d'abord qu'il semble difficile aujourd'hui de faire des typologies d'outils malgré la quantité de littératures sur le sujet. On trouve une quantité impressionnante d'articles en kiosques dans tout type de revues pour nous expliquer ce que sont les outils d'aujourd'hui. Quant aux ouvrages plus spécifiques, on retrouve dans bon nombre de fonds documentaire, les textes de J.-P. Lardy, lui même auteur d'un site connu sur le sujet (RISI, voir plus haut), ceux de Catherine Leloup, et d'Olivier Andrieu (auteur du site *Abondance*) ; ces différents travaux présentent d'un côté, les annuaires, comme des outils créés par des hommes et de l'autre, les moteurs générés par des machines (en oubliant qu'ils sont eux-mêmes le fruit du travail des hommes).

Il y aurait donc des outils : les annuaires, dans lesquels des « net-surfeurs » classeraient des sites dans de grandes catégories — souvent autour de 12 à 15- apparemment en train de se normaliser autour de grands thèmes tels que les loisirs, la santé, l'informatique, etc. Pour faire ce travail, somme toute, de répertoires et de description, ceux-ci n'utilisent pour la plupart, ni outils normalisés comme il en existe en documentation : répertoire de listes d'autorités, de mots clés, thesauri, ni normes de catalogage ou de création d'outil d'indexation. Fort heureusement, quelques cyber-documentalistes notamment chez *Nomade* font évoluer les pratiques. Mais bien souvent, quantité égalant qualité, un bon annuaire est un annuaire qui « référence » le maximum de sites. Il faut faire vite, et toujours plus. Et puis, en publiant les termes les plus demandés par les internautes, on montre, avec certainement une pointe d'ironie pour les critiques, que l'on cherche à répondre à leurs attentes. Et quelles attentes ! *Lycos*<sup>13</sup> nous apprend que vient par ordre du plus demandé au moins demandé : « gratuit », « sexe », « jeu vidéo », « photo », et

<sup>9</sup> GIRI [en ligne, consulté le 29.11.2000]. accessible sur le web <<http://www.unites.uqam.ca/bib/GIRI/GIRI2/tableau.htm>>

<sup>10</sup> LARDY, Jean-Pierre. *Recherche d'Information Sur l'Internet*. ADBS : [en ligne, consulté le 20.01.2001]. Accessible sur le web : <<http://www.adbs.fr/adbs/sietspro/lardy/risi.htm>>

<sup>11</sup> *Sentiers d'Accès et Pistes de Recherche d'Informations Scientifiques et Techniques sur l'Internet*. INSA [en ligne, consulté le 20.10.2000]. Accessible sur le web <<http://csidoc.insa-lyon.fr/sapristi/digest.html>>

<sup>12</sup> DEBRAY, R. *Vie et mort de l'image*. Gallimard, 1998. [1992]. (folio essais) p. 91.

<sup>13</sup> LYCOS. [en ligne]. Octobre 2000. Accessible sur le web <<http://www.lycos.fr/webguides/top>>

« mp3 ». On ne s'étonnera pas à lire ce qui se trame sur la plupart des moteurs que les détracteurs de l'Internet veulent nettoyer et purifier le nouveau temple du savoir.

Les concepteurs de sites webs ont aujourd'hui la possibilité de « référencer » leur produit, et pour cela, de choisir la catégorie dans laquelle ils veulent être « rangés » ; ils font de ce fait souvent la confusion entre classement et analyse de contenu.

D'autre part, il y aurait les moteurs proprement dit, générés par des machines (les *spiders*), qui offriraient des bases plus ou moins importantes (passant du simple au triple) et des délais de rafraîchissement de celles ci très différents selon les moyens donnés par la société en charge du moteur. On conçoit bien, de ce fait, la grande disparité de résultats, tant en quantité qu'en termes d'analyse documentaire que l'internaute va obtenir pour une même requête, selon le moteur et le moment choisi.

L'élève, notamment l'élève de collège, qui découvre le web, après ce qu'il en a entendu, n'aura certainement pas le même regard après quelques requêtes. L'ensemble des discours que l'enfant entend jusqu'à présent lui confirme que le web, c'est le monde, qu'il y trouvera tout ce qui lui est nécessaire. Dès lors, il se fera une représentation toute particulière du savoir, des informations sur un sujet selon l'outil qu'il aura utilisé. Tout cela n'est pas nouveau : depuis fort longtemps, les enseignants engagent les élèves à ne pas se contenter d'un seul livre, puis plus tard, lorsqu'ils sont étudiants, à ne pas se contenter d'une seule bibliothèque. Mais aujourd'hui les choses se compliquent. Il faudrait s'imaginer, *mutatis mutandis*, que l'on se trouve dans une bibliothèque pour laquelle chacun des ordinateurs interrogeant le fonds a traité, celui-ci un tiers du fonds, celui-là moitié, celui-ci seulement les nouveautés, celui-là s'étant arrêté il y a un an, en précisant que tous ont tendance à confondre Anatole FRANCE, FRANCE Gall, la FRANCE en 1945... Les documentalistes qui ont déjà peu de temps pour expliquer aux enfants le fonctionnement, la logique d'une base de données, l'interrogation d'un logiciel documentaire se retrouvent aujourd'hui avec *La* base de données. Mais ils doivent, en outre et d'avantage, semble-t-il, aujourd'hui qu'« avant », montrer aux enfants ce qu'est une information, ce qu'on peut en faire, quelle est sa validité...

Sans nul doute, le documentaliste, l'enseignant, le médiateur qui conseille un « moteur » doit prendre conscience de la responsabilité dans son choix. Ainsi les pseudo-classifications que les annuaires proposent ne peuvent être prises comme telles, peu d'entre elles recourent à une pensée classificatoire déjà existante comme la Dewey ou la CDU (un seul annuaire *suite101.com* utilise d'ailleurs la Dewey à notre connaissance). On sait qu'une classification est soit encyclopédique, quand elle cherche à embrasser tous les domaines du savoir, soit spécialisée, quand elle ne traite que d'un champ particulier. Or la plupart des classifications utilisés dans les portails se veulent généralistes pour toucher le maximum de publics et pourtant ne concernent qu'une partie du « savoir », elles donnent donc une représentation de ce qu'est le savoir pour l'homme moderne. A. Bethery dans l'introduction de son *Abrégé de la classification décimale de Dewey* rappelle que « toute classification se périmé inévitablement, puisqu'elle fondée sur l'état actuel des connaissances à un moment donné. » De ce fait, la *Dewey* est régulièrement réactualisée, mais certainement pas

aussi rapidement que les classifications des annuaires, comme on le verra plus tard. Les classifications des bibliothèques (*Dewey*, *CDU*, *Brunet*, etc.) sont toujours corrélatives à une civilisation (c'est par exemple surtout le cas de la *Ranganathan* en Inde) mais aussi à une idéologie, et pour les plus connus indubitablement liées à la pensée occidentale, inspirées par le système philosophique de classification des sciences de A. Comte. C'est par exemple la hiérarchie qui domine la construction de l'ensemble, hiérarchie fondée sur la subordination des notions ou concepts.

Aujourd'hui *Yahoo* propose sous « bibliothèques » : des bibliothèques médicales et des bibliothèques religieuses à côté d'une mystérieuse catégorie « emploi » où l'on trouve des curriculum vitae. Ces outils sont le fruit de « surfeurs » qui créent des guides, afin d'aider l'internaute dans sa quête du Graal. Il est peu aisé de donner des définitions distinctes de l'annuaire, mais aussi du portail (qui depuis peu envahit le web) avec qui il nourrit des relations complexes. Si l'on comprend aisément ce que peut signifier, à partir de sa version papier, un annuaire électronique, il est plus difficile de distinguer le portail. Rares sont les textes sur ce sujet actuellement, le phénomène est récent. Dans un article paru sur le web, Michel Cartier signale un premier article en 1998. Soucieux d'identifier le domaine, il écrit : « Un portail est un espace électronique commun donnant accès à des services communs pour certaines clientèles données. » C'est bien la notion de services (au pluriel) qui ferait le portail, services créés, et entretenus pour une clientèle qui se veut précise (même s'il existe des portails « généralistes »). Il en découle que l'annuaire devient un de ses services au même titre que les nouvelles, la météo, les cours de la bourse, etc. Bien plus, les portails aujourd'hui intègrent annuaires, moteurs, et services si bien que l'on ne sait plus si *Yahoo* est un annuaire ou un portail<sup>14</sup>. Il y aurait d'une part la mission (le portail serait bien une porte électronique qui ouvrirait sur le mythique cyberspace) et les moyens. Mais comment aujourd'hui les qualifier, puisque l'on confond l'objet et les moyens ? Il s'agit en tout cas, d'attirer et de fidéliser ce que l'on espère être un futur consommateur, ou groupe de consommateurs, de le faire entrer dans le monde forcément merveilleux du web par une page d'accueil (qui serait celle du portail précisément). On ne parle bientôt plus d'internautes mais de clients. On comprend bien alors l'enjeu économique, stratégique qu'il peut y avoir à contrôler les portails, et aussi, on le dit moins, enjeu démocratique et citoyen à savoir les analyser.

M. Cartier, professeur à Montréal, identifie trois types de portails : des portails généralistes (par exemple *Altavista*, *Yahoo*), des portails thématiques (il parle alors de niches, tels que des métiers précis, des régions, ou des communautés), et des portails techniques (offrant des services commerciaux particuliers entre les entreprises par exemple). En voulant signaler quelques-uns d'entre eux, il remarque à juste titre que « certains portails sont des moteurs de recherche et des annuaires (*Infoseek*, *Lycos*, *Yahoo*), tandis que d'autres sont des fournisseurs d'accès (*AOL*, *Wanadoo*) ou

---

<sup>14</sup> Les choses se compliquent avec *Altavista* qui proposait à un moment donné une version française plus proche du portail que du moteur que chacun connaissait, comme on le verra plus loin.

des éditeurs de navigateur (*Netscape*) ». L'objet est donc bien plus complexe qu'il n'y paraît, sans parler de son fonctionnement.

### **Quelques exemples significatifs**

Il n'est pas question ici de faire une analyse sémiologique des portails, en observant par exemple la gestion de l'espace dans la page, la structuration de l'information, ou la ligne graphique, bref de s'intéresser directement à ce qu'Emmanuel Souchier appelle « l'écrit d'écran », nous ne portons notre regard aujourd'hui que sur un des services qu'il propose toujours : une sorte de guide-annuaire.

Remarquons dès à présent, qu'il n'y a pas unanimité sur leurs appellations et encore moins peut-être sur leurs rôles et leurs fonctionnements. *Altavista* propose une recherche par thèmes comme *Eurêka*, *Francité* offre un guide, comme *Voila* qui a longtemps utilisé le terme « Chaines » emprunté certainement au modèle télévisuel des chaînes spécialisés offertes en « bouquet ». Si *Ecila* apporte ses guides, *Nomade* un annuaire, *Wanadoo* ne précise pas. Les portails semblent vouloir phagocyter les annuaires ou peut-être est-ce le contraire ? Il y a en tout cas de plus en plus de fusion, voire de confusion : *Wanadoo* et *Voila* offriraient tout deux un guide annuaire fort comparable dans ses divisions et sous-divisions, l'un serait le fournisseur d'accès de *France Télécom* à l'Internet, l'autre son portail. Cette fusion-confusion est peut-être révélatrice de l'évolution de l'Internet : l'annuaire correspondrait à une première époque du web, celle où on le concevait comme une bibliothèque dans laquelle il fallait pouvoir se retrouver, le portail symboliserait cette étape de rentabilisation économique, cette logique marchande qui envahit le web poussant en avant des pseudo-besoins de communication au détriment de sites moins futiles. Sur tous les portails, l'accès au *Chat*, aux annuaires de mel, aux forums semble l'emporter tout comme les news (le portail se trouve souvent des vellétés de pseudo-journalisme), la météo, ou la bourse sur l'annuaire. On le constate facilement en observant l'évolution de la mise en page de *Voila*, par exemple qui en quelques mois renvoie l'annuaire en haut à gauche sur environ 1/16 de la page.

Il y a d'autres tendances générales. Quasiment toutes les classifications sur lesquelles nous nous sommes arrêtés ont en commun de ranger les entrées sous forme de liste alphabétique, liste dont Goody déclare qu'elle constitue « une caractéristique des premiers systèmes d'écriture. » Assurément, on est en droit de se demander si ce qui se prétend être une nouvelle écriture ne serait pas plus simplement une réécriture, redécouverte sous un nouveau support de ce qui fut propre au papier. Tout ne serait pas nouveau sur le web ! Les concepteurs de sites webs, qui d'ailleurs se disent tantôt webmasters, tantôt concepteurs rédacteurs, quand ils se disent (qui sont-ils ? d'où viennent-ils ? qu'est devenu l'auteur ? l'éditeur?...), semblent réinventer les outils paratextuels comme s'ils n'avaient jamais vu un index, un sommaire, une table. Peut être est-ce le cas ? Ou bien ne sont-ils pas plutôt aveuglés par la prétendue nouveauté des technologies de l'information et de la communication qui imposerait que *tout* désormais doit être nouveau et que, de ce fait, il faudrait faire table rase des outils du passé ?

Car il y a réécriture de l'histoire des méthodes de traitement de l'information dans une réécriture des représentations du monde. On connaît la représentation figurée des connaissances de l'encyclopédie, on connaît aussi la *Classification Décimale Universelle* et la *Dewey* qui régit le classement des documents dans nombre de bibliothèques. Sur le web, face à la quantité prodigieuse des informations et des données, il a semblé évident aux premiers concepteurs qu'ils devaient construire des guides, sous forme de classement de sites. En les appelant « annuaires », les « inventeurs » montraient une conception particulière du web, il fallait détenir le livre des sites puisque l'on pouvait désormais appeler un site comme l'on appelait un poste téléphonique. On voit là combien le secteur des télécommunications était fortement présent avec ses hommes, ses moyens et surtout ses modèles. Et tout naturellement, on l'a dit, les premiers annuaires furent en papier... Les outils documentaires existants seraient passés à la trappe, ainsi qu'était omise la réflexion sur les supports, les outils et les modes de pensée... Dans la même mesure, on croyait qu'il fallait faire exhaustif, et rapidement, le tout devant rimer avec efficacité.

Mais si nous nous contentons d'interroger quelques unes des « classifications » proposées, on constate combien ceci n'est pas anodin. Ainsi, lorsque l'utilisateur français utilisait *Altavista* avant 2000, le moteur américain (*Altavista.com*) lui proposait en tête de sa classification : « automobile » (« Automotives », aujourd'hui « Autos »), et de ce fait, offrait une représentation du monde toute particulière. Aujourd'hui (le 29 novembre 2000), *Altavista* propose une version française qui n'est pas une traduction du site ; le site semble s'être adapté à la culture française où la voiture n'a pas (encore ?) la valeur que lui donne la société américaine. Comparons les deux classifications :

<b>Altavista. fr (29/11/2000)</b>	<b>Altavista. com</b>
Art & Culture	Arts & Entertainment
Entreprises, Économie, & Emploi	Autos
Formation & Enseignement	Computing
Internet & Multimédia	Games
Loisirs & Hobbies	Health & Fitness
Presse & Média	Jobs
Santé & Beauté	Library & Ressources
Sciences & technologies	Life style
Sciences humaines & Sociales	Music
Sports	People & Chat
Tourisme, Voyages & Vacances	Personal
Vie politique, Sociale & Société	Travel
	Shopping
	Sports
	Work & money

On remarque rapidement que la version américaine ne s'attache pas à donner accès directement aux sciences contrairement à la version française qui place Sciences et Technologies d'un coté, et Sciences humaines et sociales de l'autre (Il y a aurait là aussi matière à réflexion...). Chez *Altavista.com*, il faut entrer dans « Library & ressources », ce qui est significatif du peu de cas que l'on donne aux savoirs, contrairement au « Jobs », à la communication : « people & chat », ou des domaines beaucoup plus futiles : « Music », « shopping », « games »... Il faut préciser que l'on trouve bien évidemment ce genre de sites par la version française, mais ils ne sont pas évoqués d'entrée. Concevoir et entretenir un portail coûte cher à une entreprise, elle se doit d'identifier son public cible et de s'y tenir.

*Altavista France* et *Yahoo* cherchent à viser un public le plus large possible, on le voit à travers leurs thèmes très généralistes. C'est aussi l'objectif de *Yahoo* (U.S.) qui le décline, semble t-il, partout (nous avons observé le 20 février 2001 les versions indienne, Royaume-Uni et Irlande, Espagne, France, Allemagne, Suède). Est-ce dû à une vision simpliste des choses ou plutôt à la volonté de mettre en place une culture *Yahoo* uniformément à travers le monde ? Lorsque l'on pose côte à côte les classifications des versions française et américaine de *Yahoo*, on découvre une similitude étrange :

Fr. Yahoo.com	Yahoo.com
Actualités & médias	Arts & Humanities
Arts & Culture	Business & Economy
Commerce & Economie	Computer & Internet
Divertissement	Education
Enseignement & formation	Entertainment
Exploration géographique	Government
Informatique & Multimedia	health
Institutions & politique	News & Medias
Références & Annuaire	reference
Santé	regional
Sciences & techniques	Science
Sciences humaines	Social Science
Société	Society & Culture
Sports & Loisirs	

L'étude de ces deux outils particulièrement utilisés et quasi omniprésents est particulièrement difficile du fait de l'extraordinaire réactivité des concepteurs aux études de marché. Au contraire des bibliothèques et plus particulièrement des bibliothèques nationales garantes de la culture nationale qui ont pour rôle outre celui de la communication de leurs fonds, d'en assurer la conservation, le monde du web avec sa fluctuation permanente des contenus ne joue bien souvent que la carte de la communication à l'instant présent. Certes, de plus en plus de sites constituent des archi-

ves mais de certains contenus, et jamais du site dans son intégralité. On peut retrouver des pages anciennes et non le site tel qu'il était à un moment donné. Si bien que citer un site web en bibliographie nécessite particulièrement de préciser une date de mise en ligne (bien rare) en tout cas, la date de consultation.

A titre d'exemple, le 20 février 2001, nous avons procédé à une impression des sites *Altavista*, et nous avons remarqué une uniformité dans la charte graphique et la ligne éditoriale, *Altavista* Inde, Danemark, Espagne, et Suisse offrent la même présentation, la version italienne « ose » en plus, un petit tableau intitulé « notre aire de recherche » avec une petite classification (« shopping », « travail », « carte », « économie », etc.). Il faut se rendre sur les versions néerlandaise, suédoise et celle du Royaume-Uni pour obtenir un grand cadre au centre de la page, dans lequel on trouve des classifications équivalentes entre elles. Tout comme la version française qui offre ce jour là, en plus, un accès aux pages jaunes, aux news, etc. Au contraire, le même jour, la version internationale propose une entrée par la classification sans cadre, la classification est quasiment incontournable, il n'existe rien « autour ». Quelques semaines plus tard, le 21 mars 2001, *Altavista France* s'est recadré sur le modèle des autres pays. Seul, semble-t-il, la version internationale peut se permettre de détonner.

De même, les classifications que nous avons étudiées évoluent rapidement dans leurs choix d'entrée de classification, ainsi *Altavista.fr* effectue des modifications sensibles entre le 29 novembre 2000 et le 21 mars 2001, seules des traces d'impression de l'époque nous permettent d'en faire l'analyse.

<b>Altavista</b>	<b>Altavista le 21/03/2001</b>
Art & Culture	Art et culture
Entreprises, Économie, & Emploi	Loisirs et discussion
Formation & Enseignement	Informatique et web
Internet & Multimédia	Sciences/références
Loisirs & Hobbies	Sports et plein air
Presse & Média	Famille et maison
Santé & Beauté	Achats et services
Sciences & technologies	Actualités et médias
Sciences humaines & sociales	Education et emploi
Sports	Société et politique
Tourisme, voyages & vacances	Tourisme et voyages
Vie politique, sociale & société	Economie et commerce
	Santé/Mise en forme

De même pour *wanadoo*.

<b>Wanadoo (29/11/2000)</b>	<b>Wanadoo le 21/03/2001</b>
Achats, vie politique	musique

Actualité, médias	Féminin
Administration, politique	Sports
Arts, culture	Tourisme
Enseignement, emploi	Loisirs
Entreprise, économie	Jeux
Informatique, Internet	Junior
Loisirs, sorties	Emploi
Santé, médecine	Finances
Sciences, médecine	Vie pratique
Sujets de société	Régions
Sport, plein air	Multimédia
Tourisme, voyages	Enseignement
Villes, régions, pays	

Il va sans dire que l'étude comparative des 7 « portails » que nous avons choisis (au 29/11/2000) parce qu'ils sont proposés entre autres par le site *urec.fr*<sup>15</sup> du CNRS ou reconnus inévitables par le matraquage publicitaire, (*Altavista.fr*, *Yahoo.fr*, *Ecila.fr*, *Lycos.fr*, *Francité.fr*, *Voilà.fr* et *Wanadoo.fr*) montre une diversité des mises en page, des lignes éditoriales, mais ce qui a retenu notre attention repose sur l'utilisation de classifications.

Si l'on en observe les entrées, on remarque sans difficulté, comme on l'a déjà dit, une certaine « normalisation » autour de grands thèmes tels que « l'art » qui revient dans les 7 portails, ainsi que « l'informatique » (Internet et multimédia), « l'économie », « l'enseignement », etc. Il semblerait qu'on puisse dégager une structure de base, avec des thèmes récurrents, voire indispensables. Cependant, il faut noter que les intitulés pour ce qui nous semble être la même rubrique connaissent des changements souvent significatifs. « Enseignement », « formation », « éducation » ne renvoient pas forcément aux mêmes contenus. Ce qui nous semble important réside dans le choix délibéré des termes d'entrée, dans la « vitrine » que veulent donner ces outils, vitrine et surtout point de départ pour la recherche qui sont censés correspondre aux besoins que les concepteurs ont imaginés chez leurs visiteurs.

Il y a donc toujours une volonté significative d'offrir un chemin à l'internaute vers ce vaste domaine... Si *Lycos* retrouve des divisions communes, certaines de ses particularités ne sont pas innocentes, la présence de « féminin », « célébrité », « maison, famille » tendrait à nous faire considérer qu'il s'adresse aux femmes, au contraire d'*Ecila* avec sa rubrique « charme » dont on voit rapidement de quoi il peut s'agir.

Il n'est nullement étonnant ou nouveau de montrer qu'un texte quel qu'il soit doit identifier son destinataire, son contrat de lecture, et se donner les moyens lexi-

<sup>15</sup> *Moteurs de recherche*. [en ligne, consulté le 29.11.2000]. CNRS-UREC. Accessible sur le web : < [http://www.urec.fr/annuaires/moteurs\\_de\\_recherche.html](http://www.urec.fr/annuaires/moteurs_de_recherche.html)>

caux, rhétoriques pour y parvenir. Le web n'échappe pas à l'affaire, mais ce qu'il convient de mettre en valeur réside dans la prétendue transparence qu'il véhicule : la plupart des textes sur le web veulent s'adresser à tous, en tout cas au plus grand nombre pour des raisons d'« intelligence collective » ou de rentabilité. Cependant, ils finissent par devoir trouver un public, identifier des usagers, cela devient encore plus flagrant avec l'apparition du marketing électronique qui prône avec le mythe « one to one » la possibilité qu'offre le net d'offrir une information sur mesure à chaque internaute. On voit comment les portails cherchent aujourd'hui leur public à travers les grands thèmes de leurs classifications ; il y a fort à parier que l'étude sémiologique de leurs pages web — notamment de leurs chartes graphiques, de leurs mises en page, des typographies, etc. — irait dans ce sens. Parce que, dans un souci de rentabilité, les portails doivent à la fois viser le plus grand nombre et fidéliser un public précis ; des refontes permanentes de leurs classifications se trouvent alors nécessaires, et ce qui est typique aujourd'hui d'un portail ne le sera peut être plus demain.

Il y donc un enjeu important pour l'enseignant qui forme de futurs citoyens à faire comprendre la nécessité de connaître à la fois les particularités de chaque portail dans leur moyens techniques, leurs publics par l'analyse sémiologique des pages, leur logique de classement. Bien sûr, mettre en place de tels objectifs relève quelque part de l'utopie. Mais il s'agit déjà d'instituer des prises de conscience, chez l'élève mais aussi chez ceux qui conseillent tels ou tels outils, de la détermination particulière que peuvent prendre des requêtes dans leur cheminement heuristique, dans les représentations que les résultats et leurs présentations peuvent induire. Il est peut-être réducteur de croire que s'affrontent aujourd'hui une logique commerciale dans les portails et une logique scientifique dans les bibliothèques. Chacune d'entre elles tentent de répondre aux besoins de ses usagers mais l'intérêt économique des sites webs exigent des politiques de communication qui ne sont pas innocentes et dont nous devons tenir compte.

Entrées de classifications de quelques outils de recherche

Altavista 29/11/2000	Wanadoo 29/11/2000	Yahoo	Ecila	Lycos	Francité	Voila
Art & Culture	Achats, vie politique	Actualités & médias	informatique, Internet	Actualités, médias	Affaires & Économie	Actualité
Entreprises, Économie, & Emploi	Actualité, médias	Arts & Culture	Emplois	Art, culture	Arts	Administration
Formation & Enseignement	Administration, politique	Commerce & Économie	Commerce et économie	Auto-motos	Culture & société	Arts, culture
Internet & Multimédia	Arts, culture	Divertissement	Maison, famille	célébrités	Divertissement	Économie
Loisirs & Hobbies	Enseignement, emploi	Enseignement & formation	Loisir, Divertissements	Économie, entreprise	Éducation	Emploi
Presse & Média	Entreprise, économie	Exploration géographique	Sports, plein air	Emploi, formation	Gouvernement	Enseignement

Santé & Beauté	Informatique, Internet	Informatique & Multimédia	Monde, francophone	Féminin	Loisirs, & sport	Informatique
Sciences & technologies	Loisirs, sorties	Institutions et politique	Santé	Informatique	Médias & actualités	Loisirs
Sciences humaines & sociales	Santé, médecine	Références & Annuaires	Actualités, médias	Institutions, société	Ordinateur & web	Santé
Sports	Sciences, médecine	Santé	Éducation	Jeux	Pages personnelles	Sciences
Tourisme, voyages & vacances	Sujets de société	Sciences et techniques	Charmes	Loisirs	Référence	Shopping
Vie politique, sociale & société	Sport, plein air	Sciences Humaines	Sciences, recherche	Régional	Régions	Sports
	Tourisme, voyages	Société	Arts, culture	Sciences, techniques	Santé,	Tourisme
	Villes, régions, pays	Sports & loisirs	Références, institutions	Sciences humaines	Science	Vie pratique
			Société	Sports		Villes, régions,
				Voyage, tourisme		

Jérôme BERTONECHE  
 Université Charles de Gaulle-lille3

**Abstract** : The ideal of an immaterial library, apparent in the discourse which constructs and analyses the Internet is similar to a utopia of unmediated access to knowledge. A study of classifications of several portals shows a new, more commercial logic which generates confusions between access and appropriation.

#### Bibliographie

- ANDRIEU, Olivier. *Méthodes et outils de recherche sur l'Internet*. Paris : Eyrolles, 1997.
- BETHERY, Annie. *Abrégé de la classification décimale de Dewey. Nouvelle édition à partir de la XXIème édition intégrale en langue anglaise*. Paris : Ed. du cercle de la librairie, 1998. (bibliothèques).
- BRETON, Philippe. *L'histoire de l'informatique*. Paris : La Découverte, 1987.
- BRETON, Philippe. *Le culte de l'Internet*. Paris : La découverte, 2000.
- CARTIER, Michel. « Les véritables enjeux derrière l'émergence des portails : les nouvelles clientèles et les nouveaux marchés du savoir. » [en ligne] In *Multimediu*m, mars 1999. [consulté le 25. 01. 2000] Accessible sur le web : < <http://www.mmedium.com/dossiers/cartier/portails/>>
- CHAMBLAT, Pierre. « Le media des métissages. » — *Télérama*, hors série : « Au bonheur d'Internet » 1998 (36-42).
- GOODY, Jack. *La raison graphique : la domestication de la pensée sauvage*. Paris : Ed. de Minuit, 1993.

- JEANNERET, Yves. « Cybersavoir : fantôme ou avatar de la textualité ? » — *Strumenti critici* septembre 1997, n° 85.
- JEANNERET, Yves. « Les technologies restent résolument à penser. » — *Sciences humaines*, mars/avril 1999, n° 24 hors série : « La dynamique des savoirs » (22-25).
- JEANNERET, Yves. *Y a-t-il (vraiment) des technologies de l'information ?* Lille : Presses Universitaires du Septentrion, 2000.
- JEANNERET, Y. et SOUCHIER, E. « Pour une poétique de l'écran d'écran. » — *XOANA*, 2000, n° 6.
- LARDY, Jean-Pierre. *Recherche d'informations sur l'Internet : outils et méthodes*. 5<sup>e</sup> édition. Paris : ADBS éditions, 1998. (Sciences de l'information, Série recherches et documents).
- LEARY, Timothy. *Chaos e cyberculture*. Ed. du lézard, 1996.
- LELOUP, Catherine. *Moteurs d'indexation et de recherche : environnements clients-serveurs, Internet et intranet*. Paris : Eyrolles, 1998
- LEVY, Pierre. *Cyberculture : rapport au conseil de l'Europe dans le cadre du projet « nouvelles technologies : coopération culturelle et communications »*. Paris : Ed. Odile Jacob, 1997.
- LEVY, Pierre. *L'intelligence collective : pour une anthropologie du cyberspace*. Paris : La Découverte, 1997.
- MATTELART, Armand. *Histoire de l'utopie planétaire de la cité prophétique à la société globale*. Paris : La Découverte, 1999.
- MATTIAS, Paul. *La cité Internet*. Paris : Presses de Sciences Po., 1997.
- MORIN, Edgar. *Introduction à la pensée complexe*. Paris : ESF, 1990.
- NEVEU, Erik. *Une société de communication ?* 2<sup>ème</sup> édition. Montchrestien, 1997.
- SERRES, Michel. « La concentration du savoir va être dynamitée. » — *Télérama*, hors série : « Le délire multimédia : tout pour s'y retrouver », 1996. (28).
- STEFFIK, Mark (dir.). *Internet dreams, miti, archetipi e metafore*. Trad. Italienne de Lidia Perria. Milano : Utet Libreria, 1997.
- VIDAL, Geneviève. « L'accès aux musées en ligne constitue-t-il un accès à la connaissance ? » — in GUEGUEN, Nicolas, TOBIN, Laurence (eds). *Communication, société et Internet : actes du colloque GRESICO de Vannes, université de Bretagne-sud, 10 et 11 septembre 1998*. Paris : L'Harmattan, 1998.
- VIRILIO, Paul. *Cybermonde : la politique du pire*. Ed. Textuel, 1996.
- WOLTON, Dominique. *Internet et après ? : une théorie critique des nouveaux médias*. Paris : Flammarion, 2000.

« Webographie »

- ANDRIEU, Olivier. *Abondance*. [en ligne, consulté le 20.01.2001]. Accessible sur le web <<http://www.abondance.com>>

*J. BERDONECHE*

*Yahoo.* [en ligne, consulté le 20.01.2001]. Accessible sur le web  
<<http://www.yahoo.fr>>

*AltaVista.fr moteur de recherche.* [en ligne, consulté le 29.11.2000] Accessible sur  
le web < <http://www.fr.altavista.com>>

*EUREKA, c'est trouvé ! l'annuaire de l'internet francophone. 120.000 sites répertoriés* [en ligne, consulté le 29.11.2000]. Accessible sur le web  
< <http://www.eureka-fr.com> >

*Francité France.* [en ligne, consulté le 29.11.2000]. Accessible sur le web  
<<http://www.francite.fr>>

*Bienvenue sur voilà* [en ligne, consulté le 29.11.2000]. Accessible sur le web  
<<http://www.voila.fr>>

*...Ecila...* [en ligne, consulté le 29.11.2000]. Accessible sur le web  
<<http://www.ecila.nomade.fr>>

*Nomade. fr* [en ligne, consulté le 29.11.2000]. Accessible sur le web  
<<http://www.nomade.fr>>

*Wanadoo/trouver sur le web* [en ligne, consulté le 29.11.2000]. Accessible sur le  
web <<http://recherche.wanadoo.fr/Frameset/index.html>>