

LA CURATION

Vieille lune ? Nouveaux outils

Arnaud SEEUWS

Documentaliste, Centre Antipoisons

Il y a à peu près deux ans que le terme de "curation" est apparu en France, créant, comme nous le verrons plus loin, une polémique certaine dans le monde de l'information-documentation. Avec le recul nécessaire pour étudier ce phénomène, l'Association Belge de Documentation (ABD-BVD) organisait, le 15 décembre 2011, à Bruxelles, sa réunion mensuelle autour de ce sujet. Il s'agissait ici d'une occasion de pouvoir passer en revue les fondements "théoriques" de cette activité qu'est la curation, tout en permettant d'avoir un aperçu pratique au travers d'une présentation de cas. Bien entendu, des pistes de réflexion se sont dégagées, invitant à poursuivre le débat en dehors de cette réunion.

Mise en place d'une activité de curation

Le cas de la société SVP¹

La première partie de la réunion est présentée par Fabienne Vandekerkove (Chief Knowledge Officer chez Knowledge Plaza²) et Grégory Culpin (Business Developer chez Knowledge Plaza).

Cette première intervention nous a permis de remettre la pratique de la curation dans le cadre général de l'histoire du Web, et même des "Webs", et de l'évolution du type d'information qui y est présente. En effet, avec le développement constant d'Internet (et notamment du Web 2.0), des concepts tels que l'identité numérique³ sont apparus. Par ailleurs, l'évolution d'Internet à faire apparaître deux phénomènes qui intéressent particulièrement les spécialistes de l'information que nous sommes : "l'infobésité" (ou "surcharge informationnelle"⁴, liée notamment à la multiplication constante des sources d'information, et la mobilité induisant le "tout connecté, partout").

Face à cette profusion d'information, la nécessité d'installer des filtres se fait une évidence à laquelle essaye de répondre la curation. En effet, aucun humain ne peut gérer l'actuelle masse d'information produite chaque jour.

Concrètement, la curation est un ensemble d'étapes (flux de travail) réalisées autour de l'information et ce afin de la trouver, la regrouper, la trier, la classer, la partager⁵ :

- Collecte des informations brutes : sur les blogs, les sites d'actualités, les médias sociaux, etc.
- Sélection de l'information pertinente sur le sujet traité (généralement, le curateur possède des connaissances ou une passion pour ce sujet).
- Édition de l'information : l'information est remise dans un contexte par le curateur (par exemple, en donnant un cadre historique). Cette mise en contexte de l'information se révèle nécessaire, notamment à cause de la profusion de l'information.
- Le produit de la curation est diffusé en ligne via une newsletter, un site d'entreprise ou les réseaux sociaux (*Facebook, Twitter*).

L'élément le plus important que nous pouvons relever dans cet ensemble d'étapes est la grande (et exclusive ?) implication de l'humain. En effet, c'est l'humain qui sert de filtre et qui réalise l'ensemble de ces opérations. Cette pratique fait donc l'impasse sur le traitement automatique (algorithmes, etc.) de l'information.

Cette implication humaine induit également un autre concept : celui de subjectivité. En effet, à la différence d'une machine, une personne se laissera guider par diverses considérations.

Par ailleurs, la curation n'est pas encore une profession reconnue dans le monde des sciences de l'information et un autre débat est de savoir si cette activité peut faire du curateur un professionnel de l'information. À l'évidence, certaines caractéristiques entre un curateur et un veilleur sont les mêmes : l'objectif (diffusion), la position au sein d'une communauté (relais de l'information) les sources utilisées, etc. Une différence que nous pouvons noter entre le curateur et le veilleur professionnel est que ce dernier travaille sur des sujets "imposés" par ses clients. Le curateur lui travaillera sur les sujets qui

l'intéressent et le passionnent. La question reste malgré tout complexe.

Notons également que les bases de la curation sont connues depuis les années 1920 lorsqu'un éditeur (DeWitt Wallace) décide de créer une revue composée d'articles condensés de plusieurs autres magazines.

La mise en place d'une activité de curation peut se faire au travers de l'utilisation de différents outils. Citons entre autres :

- *Storify*
- *Scoop.it*
- *Pearltrees*
- *Paper.ly*

Dans une certaine mesure, un outil tel que *Knowledge Plaza* permet également de réaliser cette pratique, mais dans le cadre d'une activité plus globale autour de l'information.

Pour conclure cette première intervention, citons quelques sources⁶ permettant d'aller plus loin dans le domaine de la curation du Web :

- Rosenbaum, Steven C. *Curation Nation: how to win in a world where consumers are creators*. McGraw-Hill Professional, 2011. ISBN 978-0-07176-039-3.
- Harvey, Ross. *Digital curation: an how-to-do-it manual*. Facet Publishing, 2010. ISBN 978-1-85604-733-3.
Une description de cet ouvrage est réalisée dans le périodique *META, tijdschrift voor bibliotheek & archief*, 2011, vol. 9, p. 44.
- Tran, Pierre. La curation : les 10 raisons de s'y intéresser. *01Net Entreprises* [en ligne], mars 2011 (consulté le 27 janvier 2011). <<http://pro.01net.com/editorial/529947/la-curation-les-10-raisons-de-sy-interesser/>>
Dossier très complet réalisé par le site Web 01Net sur le sujet de la curation.

Curation : prendre le train en marche ou le regarder passer ?

La deuxième partie de la réunion est présentée par Pierre-Yves Debliquy (fondateur de Brainsfeed⁷).

La deuxième intervention proposée dans le cadre de cette réunion a principalement permis de soulever des points de réflexion et des remarques⁸ sur la curation.

La première concerne le point de vue de la propriété intellectuelle appliquée à la curation. En effet, certaines voix se soulèvent pour dénoncer

le fait que la plateforme originale de l'information (celle de l'information brute) soit masquée, malgré le fait que les sources soient mentionnées. Cette réflexion soulève le point de vue du droit d'auteur.

Il semblerait également que malgré la grande palette d'outils existant aujourd'hui, des solutions de type *Pearltrees*, *Paper.ly*, etc. ne permettent pas d'apporter une valeur ajoutée à la curation.

La grande question qui se pose est donc de savoir s'il faut aujourd'hui s'intéresser à la curation et la mettre en pratique. Le moins que l'on puisse dire est que la réponse est complexe (même si l'on peut d'avantage se diriger vers le oui) et que plusieurs balises doivent nous aider à identifier la meilleure solution possible :

- Faut-il utiliser un outil particulier pour réaliser une curation ?
Nous pouvons en effet noter l'apparition de nouveaux outils d'information liés à l'émergence de l'Internet mobile. Il est nécessaire que d'éventuels outils de curation utilisent ces outils car les usagers les utilisent.
- Doit-on automatiser la curation ?
Cette question peut se poser dans un contexte de multiplication de l'information sur le Web. Un parallèle peut être établi avec le sort qu'ont connu les annuaires sur Internet.
- La curation du Web fait-elle gagner du temps aux usagers ?
Il s'agit ici d'une des grandes questions que l'on peut se poser et c'est finalement celle-ci qui pourra en grande partie déterminer l'utilité ou non de réaliser une activité de curation.

Dans tous les cas, une analyse approfondie doit être réalisée au cas par cas. Cependant, le point de vue de l'utilisateur est prépondérant et si une activité de curation offre de la valeur ajoutée pour un utilisateur, alors l'activité de curation aura un intérêt.

Dans le cadre de cette réflexion voici un billet de blog écrit par Frédéric Martinet contestant l'utilité de la curation :

- Martinet, Frédéric. La curation c'est de la merde. *Actelligence.com* [en ligne], 8 avril 2011 (consulté le 12 février 2012). <<http://www.actelligence.com/2011/04/08/curation-egal-merde/>>

Questions/réponses/réflexions

Au terme des deux interventions, une séance de questions/réponses était proposée. Voici un aperçu des différentes interventions.

Concernant la première intervention

- Une différence doit être faite entre l'identité numérique (ce que je publie) et la réputation numérique (ce que les autres disent de moi sur Internet).
- Comment inciter les usagers à participer à un réseau de connaissances dans un système de type *Knowledge Plaza* ?
 - Plusieurs possibilités existent : valoriser les contributions, laisser les usagers s'exprimer dans leur langue, placer des alertes sur des sujets qui intéressent l'utilisateur (sur base d'un profil), soutenir les contributeurs actifs plutôt que d'essayer d'attirer de nouveaux contributeurs, etc.

- Sur un système de type *Knowledge Plaza*, comment différencier la quantité et la qualité ?
 - Le réseau est le premier garant de la qualité de l'information produite et une personne postant systématiquement du mauvais contenu sera assez vite repérée.
- Les filtres sont très importants dans ces systèmes car ils permettent de retrouver l'information.

Concernant la deuxième intervention

- Quels outils de curation peuvent être utilisés si l'on part du principe que des logiciels comme *Paper.ly* (ou autres) n'apportent aucune valeur ajoutée ?
 - L'utilisation de logiciels de cartographie mentale est une solution possible : *Mindmanager, FreeMind,...*
- Les outils de curation s'orientent de plus en plus vers l'Internet mobile. En effet, la consommation de l'information se fait sur terminal mobile (bien que la production de l'information se fasse encore sur des terminaux fixes).

Notes

- 1 L'intégralité de la présentation diffusée lors de la conférence est accessible sur Internet : Vandekerkove, Fabienne ; Culpin, Grégory. *Curation: Convergence des tendances de sélection, organisation et mise à disposition de l'information* [en ligne]. KnowledgePlaza, 15 décembre 2011 (consulté le 27 janvier 2011). <<http://www.slideshare.net/KnowledgeHero/curation-convergence-des-tendances-de-sélection-organisation-et-mise-disposition-de-l'information>>. Au sein de cette présentation se trouvent notamment des schémas qui permettent de mieux comprendre les concepts développés dans le texte.
- 2 *Knowledge Plaza* est une plateforme de gestion d'information et des connaissances, orientée vers le monde des entreprises et accessible en ligne. Cet outil, développé depuis 2009 par l'entreprise belge Whatever SA, propose entre autres options la gestion documentaire, la création d'un réseau social au sein de l'entreprise ou bien encore une fonction de social bookmarking. <<http://www.knowledgeplaza.net/>> (consulté le 12 février 2012).
- 3 L'identité numérique est un débat qui est très présent depuis plusieurs mois.
- 4 Pour une petite introduction à ce concept, la lecture de l'article suivant est intéressante : Thiebaut, Olivier. *TIC : l'infobésité, mal de notre société de l'information. CanalBlog* [en ligne], 2011 (consulté le 27 janvier 2011). <<http://culturetic.canalblog.com/archives/2005/10/10/876485.html>>
- 5 Plusieurs définitions sont possibles.
- 6 Certaines sources sont également citées dans le compte-rendu de la deuxième intervention.
- 7 Brainsfeed est une entreprise active dans le domaine de la veille et de l'intelligence stratégique, sous la forme de vente de produits et services, notamment en France et en Belgique. <<http://www.brainsfeed.com/>> (consulté le 12 février 2012).
- 8 Remarques qui n'engagent que l'orateur.