
SURCHARGE INFORMATIONNELLE EN ENTREPRISE

L'infobésité, réalité ou illusion ?

Caroline SAUVAJOL-RIALLAND

Maître de conférences, Université catholique de Louvain (UCL) et Sciences Po Paris

Fondatrice, So Comment

▪ Nous recevons aujourd'hui plus d'informations qu'il n'est possible d'en traiter sans porter préjudice à l'activité ou à la personne. La surcharge informationnelle ou "infobésité" impacte fortement le quotidien des entreprises. Nous en sommes à la fois les premières victimes et les premiers acteurs, en informant et en communiquant toujours plus... Tout voir et tout traiter n'est désormais qu'une utopie dans un monde numérique. Il est néanmoins possible de lutter contre l'infobésité et de retrouver une certaine maîtrise de son activité de travail. Les solutions sont d'ordre technologique ou méthodologique, organisationnelles et collectives. Celles-ci doivent être adaptées à la culture spécifique de l'organisation, être l'affaire de tous au sein de l'organisation et être promues au plus haut niveau du management.

▪ Tegenwoordig ontvangen we meer informatie dan verantwoord om zonder invloed te blijven op de werkdruk. Information overload heeft dan ook een grote impact op de dagelijkse werking van ondernemingen. We zijn daarbij zowel een eerste slachtoffer als een eerste plichtige bij het steeds meer willen informeren en communiceren... In een numerieke wereld is alles zien en dan nog kunnen verwerken echter een utopie. Het is evenwel mogelijk om een information overload te beperken en om een manier te vinden om ermee om te gaan. Er bestaan hiervoor technologische of methodologische oplossingen, organisatorisch en collectief. Ze dienen wel te kaderen binnen de specifieke bedrijfscultuur, in het belang van elkeen binnen de organisatie te zijn en gesteund te worden door het topmanagement.

En 1997, un simple article publié dans *Le Monde informatique* indiquait que "*l'humanité a produit au cours des 30 dernières années plus d'informations qu'en 2000 ans d'histoire et ce volume d'informations double tous les 4 ans...*"¹. La même année, l'américain David Shenk publie un livre au titre sans équivoque, *Data smog : Surviving the information glut* et nous alerte sur l'existence d'un "brouillard informationnel" (data smog) et sur une "surabondance d'information" (information glut)². En 2003, une étude réalisée par l'université californienne de Berkeley précise que "*l'information mondiale produite entre 1999 et 2002 a presque doublé*"³. Et en 2013 ? La surcharge informationnelle ou "infobésité" est devenue une réalité qui rythme notre vie et transforme le quotidien des hommes et des entreprises. Nous recevons beaucoup plus d'informations qu'il n'est possible d'en traiter sans porter préjudice à l'activité et à la personne. Autrefois aussi rare que pouvait l'être le caviar, l'information est maintenant un produit de consommation courante comparable aux pommes de terre⁴. L'information est permanente, parfois aliénante. Le constat est sans appel, nous ingérons d'innombrables données sans discernement et généralement sans pouvoir et savoir les digérer. Mais peu à peu, nous imaginons des pistes d'action et concevons des solutions, de façon individuelle et parfois collective, pour dominer l'infobésité.

Le constat

Comment définir l'infobésité ? Tout a commencé avec l'économiste américain Bertram Myron Gross en 1962⁵ et l'invention du terme "information overload" (surcharge informationnelle) avant que le futurologue Alvin Toffler ne popularise ce terme en 1970 dans son livre *Future Shock*⁶. Puis en 1993, David Shenk imagine dans un article le mot "infobesity" pour désigner le trop-plein de "masse grasse" provoqué par le bombardement d'informations étouffant nos processus intellectuels⁷, rapprochant une problématique nouvellement identifiée d'une pathologie connue et redoutée, l'obésité. Dans le cas particulier de l'infobésité, la somme immense - la surcharge - de données informationnelles reçue nous interdit de les assimiler correctement et donc de les réemployer, engendrant une impuissance communicationnelle pour les personnes et les organisations qui en souffrent. Dans le monde de l'entreprise, cette problématique n'est pas sans effet sur le processus décisionnel, la productivité et l'innovation.

L'infobésité consiste en un ressenti individuel, susceptible de devenir collectif par son effet de masse, qui varie en fonction des personnes, car il est dépendant de nos capacités cognitives. Comment formaliser alors des critères objectifs capables de nous avertir de l'instant où nous passons le seuil de déclenchement de l'infobésité ? L'information prise indépendamment n'a aucune existence. Elle est tributaire de

l'analyse qui en est faite par ceux qui en bénéficient ainsi que de leurs facultés à "comprendre" et à "utiliser". Nous ne sommes pas tous égaux devant cette pathologie. Plusieurs facteurs peuvent modifier la perception que nous avons de la surcharge informationnelle, le contexte de l'entreprise, son secteur et sa taille, le contexte de l'individu, son âge, son sexe et sa formation, le contexte du poste de travail, la place des uns et des autres dans la hiérarchie, le nombre de collaborateurs attaché à telle ou telle personne... Les hommes y sont plus sensibles que les femmes et le secteur des télécommunications beaucoup plus touché que le celui du bâtiment (BTP) ou des services à la personne, par exemple. La génération Y et les "digital natives", "autochtones du web", surmontent plus facilement la surcharge que les X (nés entre 1960 et 1981).

Mais le volume d'informations qui nous entoure chaque jour est-il finalement si important ? L'infobésité, en d'autres termes, ne remonte-t-elle pas à la naissance même de l'information ? Le débat pourrait être sans fin, mais un rapport récent proposé par *The Economist* démontre la croissance de la volumétrie des données disponibles au format numérique⁸. Il parle également d'un nouveau multiple de l'unité de base des systèmes informatiques, le yottabyte, mesure qui est impossible à évaluer en raison de sa taille astronomique qui équivaldrait à la réunion des États américains du Delaware et de Rhode Island et dont le coût de stockage serait de 100 trillions de dollars. Est-il besoin d'ajouter un commentaire ?

En 2005, 74 % des managers déclaraient souffrir de surinformation et consacraient 30 % de leur temps de travail quotidien à s'informer, partager et informer⁹. Une situation qui sans doute ne s'est pas améliorée des dernières années... Que devient alors l'activité principale de toute entreprise, l'activité de production ? Ne risquons-nous pas à terme de voir simplement mourir les organisations si ce chiffre de 30 % dépasse les 50 % ? L'information doit se superposer à la production et non la remplacer. De plus, cette activité n'entre pas dans le temps de travail des cadres et n'est suivie d'aucune évaluation bien qu'elle soit légitimement reconnue comme "stratégique" pour les organisations modernes. La surcharge d'information n'est donc pas un phénomène passager et son ressenti est étroitement corrélé à la surcharge d'activité et au sentiment d'urgence - être capable de prendre des décisions dans un laps de temps de plus en plus court - qu'éprouvent 68 % des personnes¹⁰. Le philosophe Hartmut Rosa explique que nous assistons à la fois à une compression et à une accélération temporelle¹¹. Il y a une accélération du volume d'informations à traiter, en même

temps qu'une diminution du temps pour s'en occuper... C'est une situation à risque. Le pilotage de toute activité tend, en outre, à s'effectuer en temps réel et les temps personnel et professionnel à s'enchevêtrer... La maîtrise du temps devient le dogme au sein des sociétés occidentales capitalistes. Ses outils sont notamment les agendas partagés, les smartphones et les ordinateurs portables.

La surcharge informationnelle en entreprise ne provient pas tant de la masse de données disponible que de l'obligation faite aux individus de communiquer et de partager, de l'interdiction qui leur est faite de ne pas répondre aux sollicitations qu'ils reçoivent. Nous sommes donc les victimes originales de l'infobésité, mais tout autant ses premiers acteurs, ses premiers contributeurs, ses premiers pollueurs... La surcharge est informationnelle mais aussi et surtout communicationnelle. Et les cadres qui sont au cœur des processus décisionnels et d'échanges, qui à leur niveau entreprennent et portent souvent la responsabilité d'un portefeuille de projets multiples, sont davantage touchés par ce "*Silent Corporate Cancer*", ce cancer silencieux de l'entreprise, évoqué par la coach américaine Marsha Egan¹². L'information n'est plus considérée comme une ressource mais vécue comme une contrainte à même de paralyser toute action au quotidien.

Les enjeux

Prétendre être un jour capable de "tout voir" et de "tout traiter" n'est qu'une utopie dans un monde devenu numérique et surinformé. Est-il imaginable d'empêcher la Terre de tourner ? Les entreprises doivent avant tout faire preuve de réalisme et ne pas demander l'impossible à leurs cadres, ces cadres qui sont les principales victimes de l'infobésité en raison de leur présence au cœur des processus. Les entreprises exigent de leur part une forte autonomie, l'esprit d'initiative, de grandes capacités relationnelles et communicationnelles en même temps que la production d'un reporting généralisé sur leurs activités quasiment en temps réel... Autant d'injonctions paradoxales ! Obtenir une information n'est aujourd'hui plus le principal enjeu car l'information est omniprésente et disponible. Le principal est de savoir l'analyser, ce qui implique une intervention humaine, de la méthodologie et un soutien collectif. Interprétée avant d'être structurée, ordonnée et puis enfin mémorisée, la donnée informationnelle n'est plus un élément brut mais une connaissance et ce n'est qu'à cette condition qu'elle devient stratégique. Seule la capacité d'analyse donne du sens aux informations recueillies. Bill Gates ne doute pas que "*les gagnants seront ceux qui restructurent la manière*

dont l'information circule dans leur entreprise"¹³.
Et donc la transforment...

L'économiste américain John Maurice Clarke estimait en 1923 que *"la connaissance est le seul instrument de production qui n'est pas sujet à la dépréciation"*¹⁴. Cette assertion remonte au début du 20^e. siècle, mais elle reste toujours d'actualité. Les outils de production - le matériel - vieillissent et s'abîment avec le temps et le capital de connaissances - l'immatériel - grandit et se valorise. Toute organisation doit afficher une volonté forte de s'approprier et de pérenniser les connaissances qu'elle produit au-delà des compétences des uns et des autres. De l'augmentation autant que de la valorisation de son capital de connaissance va dépendre son avenir. La compétitivité des entreprises s'avère désormais moins tributaire de leurs structures et de leur productivité que de la gestion efficace de leur capital immatériel, ce capital de connaissances qui recouvre les compétences métiers, les savoirs, les savoir-faire, les brevets, les stratégies ou les innovations technologiques...

Le management des connaissances a pour objectif de permettre aux entreprises de s'affranchir des aléas attachés aux personnes pour intégrer des savoir-faire clés - l'intelligence collective - dans leur patrimoine collectif. Si la dimension technique du management des connaissances semble à maturité - les outils sont aujourd'hui "à la pointe" - pour favoriser l'encadrement de ses acteurs et imposer la mutualisation, la circulation, le partage et l'échange des informations, sa dimension humaine, en revanche, est moins évidente. Il existe en effet une part irréductible d'autonomie des personnes qui peuvent choisir d'utiliser les outils mis à leur disposition ou... de ne pas les utiliser en refusant l'idée de ne plus être titulaire de leur savoir propre à compter de l'instant où le système d'information de l'entreprise se l'approprie. Les notions de "bien commun" et de culture informationnelle doivent être comprises sinon acceptées. L'association de quatre éléments est fondamentale pour empêcher que toute action ne soit vouée à l'échec. Il s'agit de combiner la technologie, l'organisation, la stratégie et surtout l'identité - la culture de chacun.

La "maîtrise" de l'information et l'exploitation légitime de l'information "utile" sont devenues dans une économie dématérialisée un enjeu majeur pour les chefs d'entreprises et les équipes dirigeantes. Pour une innovation permanente, la mission du management est triple, il faut encourager le développement des capacités d'innovation, supporter la capitalisation de l'expérience et promouvoir le savoir-faire collectif. Les entreprises doivent réaliser que le besoin

d'information revêt désormais une importance bien supérieure à celle de la réduction des coûts... *"L'information est le sang de l'entreprise"*¹⁵, elle est en ce sens aussi indispensable à sa survie que le sang qui coule dans nos veines.

Depuis 1970 et la publication de *Future Shock*¹⁶, la lutte contre la surcharge informationnelle et communicationnelle se poursuit... en vain ! Une entreprise victime d'infobésité - ne le sont-elles pas toutes ? - doit globalement résoudre deux types de problèmes, l'"information overflow" d'une part et la "communication overload" d'autre part. Plus simplement, il faut parvenir à limiter et hiérarchiser le flux de données entrantes - ou information overflow - et circonscrire autant que possible le flux de données sortantes - ou communication overload - et prévoir de déployer une gamme de stratégies offensives et défensives.

Les solutions

Solutions "externes" ou solutions "internes", solutions technologiques, solutions méthodologiques, solutions organisationnelles, collectives, cognitives ou intellectuelles... il existe de multiples moyens et stratégies pour lutter contre la surcharge, mais aucune solution "miracle".

Les solutions "externes"

Les solutions technologiques et l'intelligence artificielle

Les solutions technologiques et l'intelligence artificielle permettent tout d'abord de rechercher, filtrer, hiérarchiser, ordonner, organiser et stocker l'information pour la rendre accessible et en tirer profit. Pionnier du web¹⁷, Tim Berners-Lee a développé dans le cadre du World Wide Web Consortium (W3C) l'idée d'un web "sémantique" ou "intelligent" qui s'opposerait à l'actuel web "syntaxique". Ce projet collaboratif propose un filtrage et une catégorisation des données par des robots autonomes ou "agents intelligents" qui s'appuient sur l'attribution à chaque contenu d'une « étiquette » et d'une seule, un tag ou un marqueur, qui précise sa description sémantique et donne à la machine (l'ordinateur) une réelle capacité à déchiffrer les contenus (informations) destinés à l'homme. Le web sémantique est *"une extension du web actuel dans lequel l'information aura un sens bien défini, permettant de cette façon le travail coopératif des ordinateurs et des hommes"*¹⁸, résume Tim Berners-Lee.

Rohit Bhargava¹⁹ et Steven Rosenbaum²⁰ ont pour leur part théorisé la curation de contenus

que nous pouvons rattacher au web sémantique. Son objectif est aussi de sélectionner, puis d'ordonner l'information pour la rendre propre à la "consommation". Cette solution fait appel au curator - ou curateur -, une personne en charge de réunir les informations pertinentes, de les distiller pour n'en garder que la "substantifique moelle", de les analyser, de les associer à d'autres informations, puis de les classer par ordre chronologique sans omettre de citer chaque source et de respecter les principes élémentaires du droit d'auteur. "Faux !" hurlent ses détracteurs qui estiment que la curation de contenus favorise le pillage du web (par le web) par une utilisation compulsive du "copier/coller". Reste que cette solution est aujourd'hui en plein essor avec la mise à disposition sur le marché d'outils visant les individus ou dédiés aux entreprises et aux problématiques de knowledge management.

Les métadonnées sont littéralement des données sur les données, des "ensembles de données structurées décrivant des ressources physiques ou numériques"²¹. Leur prise en considération systématique par les outils de recherche apporte un tri intelligent et écarte toutes informations parasites sans être visibles du lecteur, sauf s'il fait appel aux propriétés de son navigateur. Mais ces métadonnées qui privilégient principalement le langage XML²² n'affichent pas toutes pour autant une forme digitale et ne datent pas obligatoirement d'Internet. Une fiche cartonnée, par exemple, rédigée à la main et présentant un livre, son titre, le nom de l'auteur, la collection... contient aussi des métadonnées. Si ajouter une voire plusieurs informations à une information peut sembler encourager la surinformation, ces outils de classement n'en restent pas moins indispensables pour distinguer le bon grain de la juste information de l'ivraie du nombre et des données parasites.

D'autres solutions intéressantes existent comme les applications de text-mining - ou "fouille de textes" - qui appartiennent au domaine de l'intelligence artificielle et fonctionnent avec des algorithmes. Ces outils permettent l'extraction de connaissances dans un texte sous format numérique, souvent volumineux, et la structuration de ces connaissances. Citons également la cartographie, qui transpose l'information sous forme de carte pour en livrer une représentation simplifiée mettant en évidence les faits majeurs, le filtrage social qui s'appuie sur des outils collaboratifs faisant ressortir les informations les plus pertinentes de l'avis d'une communauté donnée, la taxinomie ou science des lois de la classification...

Les solutions méthodologiques

Knowledge management et gouvernance de l'information

Deux des principales solutions méthodologiques qui s'offrent aujourd'hui aux entreprises pour structurer l'activité d'information et favoriser le développement de la connaissance et du savoir sont le knowledge management (KM), ou "gestion des connaissances", et la gouvernance de l'information.

Dans ses principes actuels, le knowledge management remonte aux années 1950 et aux travaux entrepris par James March et Herbert Simon sur les organisations²³ et par Michael Polanyi sur la notion de savoir tacite²⁴. Il se fonde sur la volonté de comprendre la place de la connaissance au sein de l'organisation et peut se définir comme "un ensemble d'actions et de procédures qui consistent à repérer et à répertorier les connaissances et les compétences mises en œuvre dans une situation de travail, à les rendre explicites, à les organiser dans des bases de données, par exemple, puis à les diffuser et à les faire partager à l'ensemble des personnes qui peuvent en avoir besoin"²⁵. En situation de surinformation, cela ne revient surtout pas à archiver pour archiver et multiplier les copies inutiles, mais à passer d'une logique de stock à une logique de flux, à passer de l'individu, qui porte la connaissance née de l'information, au collectif, qui produit de l'efficacité au sein de l'entreprise. La création et le déploiement d'une démarche de KM est synonyme de gains multiples pour l'entreprise. Une meilleure gestion de l'information renforce la réactivité comme la prise de décision. L'efficacité est meilleure, avec notamment le bénéfice de retours d'expériences, l'innovation augmentée par la "fertilisation croisée" et la flexibilité développée.

Les entreprises peuvent-elles dominer le flux quotidien d'informations qui finit régulièrement par les submerger? La gouvernance de l'information permet justement "dans le cadre d'une organisation et d'une stratégie définie, d'avoir la meilleure maîtrise des documents physiques, données, documents numériques, données multimédia..."²⁶, en rassemblant la gouvernance des données, la gouvernance documentaire, la gouvernance des systèmes d'information et la gouvernance d'entreprise. Une entreprise qui choisit d'opter pour une stratégie de gouvernance de l'information fait reposer celle-ci sur une instance de gouvernance représentée par "une équipe ou un individu dont la mission est d'apporter un meilleur pilotage de l'information, notamment par des actions de conduite du changement et par des développe-

ments de nouvelles offres de services enrichis, [...], d'offrir aux utilisateurs la possibilité de faire évoluer leurs comportements vis-à-vis de l'information et d'améliorer leurs usages"²⁷. S'il est désormais établi que la gouvernance garantit un meilleur traitement et à moindre coût de l'information et aide à la prévention des risques informationnels comme au développement des transformations culturelles dans l'entreprise, nous ne disposons pas du recul nécessaire pour évaluer réellement son impact sur les organisations.

Les solutions "internes" ou "locales"

Les solutions organisationnelles et collectives

Développer une culture de l'information au sein de chaque organisation est fondamental pour affronter efficacement la surcharge informationnelle. Les enjeux sont considérables, nous le savons, et tout un travail d'explication doit être entrepris, de façon transverse et collective. Le traitement de l'information a bien souvent été considéré comme de la simple "paperasse", un mal nécessaire et finalement marginal qui finirait bien par disparaître grâce aux nouvelles technologies... Mais tel n'a pas été le cas. Et il n'existe pas de réelle culture de la quête de l'information. Or cette quête passe par un travail, un savoir-faire et un savoir-être à développer. Par ailleurs, le partage de l'information et des connaissances dans l'entreprise n'est que rarement naturel. Source évidente de pouvoir, l'information obtenue plus ou moins facilement est conservée - cachée ? - plutôt que partagée. Les failles de notre culture de l'information ne renvoient-elles pas à un déficit de notre lien social ? À nous de repenser notre rapport à l'information et d'associer simultanément l'intelligence collective à notre façon de travailler, pour enfin nous donner les moyens de faire naître une véritable communauté en information et *"les conditions sociales d'une réelle transversalité [en intégrant la triple dimension hommes, organisation et TIC], par-delà l'interconnexion des matériels ou l'homogénéité éditoriale, pour relier les pratiques individuelles et collectives"*²⁸ et créer les conditions d'un partage consenti de l'information.

Il s'agit également d'être capable d'organiser les conditions de la communication avec les autres et convenir collectivement d'un savoir-communiquer commun. Si nous considérons sans trop d'exagération que la situation actuelle s'apparente à un "chaos informationnel", conseil est donné aux entreprises de remettre de l'ordre en co-construisant leurs propres usages et pratiques info-communicationnelles, en les formalisant dans une charte. Pour être applicable, celle-ci doit être adaptée à la culture de l'entreprise

concernée, ne pas être trop complexe au risque de perdre en efficacité et prévoir des sanctions en cas de non-respect. Quelques exemples à propos du courrier électronique, principal ingrédient de la surcharge : ne pas utiliser la fonction "copie cachée" en interne, n'adjointre un drapeau "urgent" à son courrier électronique qu'avec parcimonie et discernement, ne pas répondre quand on reçoit un mail en copie, etc. Et si la charte - ou l'idée de charte à qui l'on reproche de n'être qu'essentiellement pédagogique - n'est ni comprise ni suivie, il reste encore possible de privilégier un règlement intérieur répressif couplé à un dispositif de formation ad hoc. *"Tout comme il existe des permis de chasse ou de conduire avec des épreuves théoriques et pratiques, il devrait exister des permis de communiquer concernant l'utilisation des nouveaux instruments de communication, lesquels peuvent constituer un extraordinaire progrès comme réinventer le servage"*²⁹.

Enfin l'entreprise doit favoriser le développement du collectif et la capacité à travailler ensemble, bases de création de valeurs et d'innovations. Consultante, Chloé Pigeon estime que *"le collectif de travail ne se réduit pas à une addition d'individus. Il importe de valoriser la performance collective afin de rendre les organisations de travail plus efficaces et plus motivantes. Sous certaines conditions, la synergie créée par la collaboration fait émerger des facultés de création et d'apprentissage supérieures à celles des individus isolés, simplement ajoutées les unes aux autres"*³⁰. La communication interne doit porter cet "agir ensemble" et imaginer un cadre de travail et d'échanges autour d'enjeux communs et partagés et donner un sens à l'action collective. Situer les pratiques de l'entreprise à hauteur de l'intérêt du groupe permet de modifier les échanges et les communications et, surtout, d'améliorer leur qualité. Par ailleurs, l'interactivité encourage aussi le développement des apprentissages et *de facto* la production de connaissances nouvelles. Mais bâtir et déployer un réseau interne, par exemple, ne suffit pas à entraîner une communication interactive. Chaque outil collaboratif exige une culture managériale plus horizontale, une confiance dans le collectif, un esprit bienveillant et une vraie expérience du partage et de la circulation des informations.

Les solutions cognitives et individuelles

Il s'agit d'abandonner le mode réflexe et conjoncturel de traitement de l'information pour une approche structurée et organisée. Chacun doit donc être capable de construire son propre système d'information individuel écologique et évolutif pour ne pas se laisser asphyxier par la "pollution informationnelle". Sur le plan du comporte-

ment, Joël de Rosnay préconise un régime médiatique et pense que *"la diététique informationnelle est la seule réponse au défi des nouvelles technologies de l'information et de la communication"*³¹. Notre capacité à consommer de l'information est limitée, nous le savons. De ce constat doit émerger la volonté de nous "réapproprier" le temps pour redevenir acteur et ne plus subir. Devenons notre propre directeur de l'information avec des besoins identifiés et réfléchissons à notre rapport intime à l'information. Cette posture implique un tri méthodique en mode récepteur, qui passe par l'épuration des multiples canaux et autres réseaux sociaux nous entourant, et une réflexion préalable en mode émetteur. *"Les gens qui manipulent le banal ou le superflu sans trop de prudence pour en faire de l'information ont un niveau d'âge mental similaire aux mécréants qui vident leur poubelle de voiture dans la rue au feu rouge"*³². Et si l'autodiscipline ne fonctionne pas, il reste encore le refus méthodique d'information prôné par Pascal Frion qui pour mieux se consacrer aux livres refuse en bloc Internet, la télévision et les journaux³³.

Solution "locale" par excellence, la formation répond à notre utilisation des technologies de l'information qui, dans la plupart des cas, est de nature autodidacte. La maîtrise des habiletés informationnelles étant devenu un enjeu capital pour les organisations, la formation apprend aux participants à utiliser les outils, les agrégateurs de flux RSS ou les options de tri disponibles sur une messagerie, mais également à sélectionner le bon média, associer plusieurs médias, distinguer le synchrone de l'asynchrone, connaître le travail collaboratif... en résumé communiquer avec efficacité. L'acte de formation apporte les compétences utiles à la maîtrise de l'infobésité et soutient la professionnalisation. Or il est important de professionnaliser les personnes en mode individuel et collectif afin que l'attentisme des uns ne réduise pas à néant les efforts des autres comme l'a récemment démontré une étude conduite par des chercheurs américains de la Northwestern University (NWU)³⁴. N'oublions pas enfin que nous ne sommes pas tous égaux devant la technologie et que de grandes disparités et inégalités, en partie liées aux dissemblances générationnelles, compliquent aussi la gestion de l'information. Il appartient aux entreprises d'identifier les "techno-fragiles" et d'accompagner leur mise à niveau par la formation.

La solution ultime : la déconnexion individuelle (ou collective)

Et s'il existait cependant une solution ultime pour guérir de l'infobésité ? Briser un ordinateur en public pour manifester son hostilité aux nouvelles technologies, à l'image du néo-luddite³⁵ Kirkpa-

trick Sale en 1995, peut apparaître excessif autant qu'anachronique, mais nombreuses sont les personnes à estimer aujourd'hui être "trop connectées". La déconnexion individuelle (ou collective) peut-elle être envisagée ? Pourquoi pas, mais à la seule condition de n'être que temporaire... Des expériences originales sont proposées comme le "sabbat numérique" qui consiste à se priver d'ordinateur ou de téléphone portable à compter du vendredi soir ou ces fameux "Black Hole Resorts", ces hôtels américains où les « malades » paient fort cher pour être privés de connexion³⁶. Mais en entreprise, seuls les cadres dirigeants disposent du pouvoir de se déconnecter, quand tous les autres ont le devoir de ne pas le faire. Pour le sociologue Francis Jauréguiberry, *"les nouveaux pauvres des télécommunications seraient ceux qui ne pourraient pas échapper à l'obligation de répondre immédiatement, et qui devraient donc vivre dans l'urgence et dans l'interpellation continue, et les nouveaux riches seraient ceux qui auraient la possibilité de filtrer et d'instaurer de la distance vis-à-vis de cette interpellation"*³⁷.

En guise de conclusion

Pour David Shenk, 80 % du problème de l'infobésité pourrait être résolu en acceptant enfin de la regarder en face³⁸. Il n'existe pas de "best practices" universelles, il faut penser local. Il s'agit pour chaque entreprise d'apporter sa propre réponse à la surinformation en choisissant les pistes d'action qui conviennent le mieux à sa culture d'entreprise et à ses pratiques informationnelles. Et d'opter pour des solutions multifactorielles et ainsi profiter d'un effet systémique : solutions techniques, organisationnelles, sociologiques, managériales, psychologiques combinées... Enfin, les solutions déployées doivent être l'affaire de tous : managers, RH, service communication... et informaticiens ! Avec un préalable : tout projet informationnel doit être porté par un sponsor au plus haut niveau pour être ensuite applicable à tous.

*"La surinformation ou "infobésité" est désormais l'un des plus grands problèmes à résoudre par les organisations pour les dix prochaines années"*³⁹.

Caroline Sauvajol-Rialland

So Comment

18, boulevard Jourdan

75014 Paris

France

csauvajolrialland@socomment.fr

<http://socomment.blogspot.fr/p/so-comment.html>

Novembre 2013

Notes

- 1 Aron, Patrice ; Petit, Catherine. *L'info, nerf de la guerre. Le Monde Informatique*, n° 731, 29 août 1997.
- 2 Shenk, David. *Data Smog: Surviving the Information Glut*. Revised and updated edition. Harper Collins Publishers, 1998.
- 3 Lyman, Peter ; Varian, Hal R. *How Much information?* School of Information Management and Systems at the University of California at Berkeley, 2003.
- 4 cf. note 2.
- 5 Gross, Bertram Myron. Operation Basic: The Retrieval of wasted knowledge. *Journal of Communication*, 12/2, juin 1962, p. 67-83.
- 6 Toffler, Alvin. *Future Shock*. Random House, 1970. Traduction française sous le titre *Le choc du futur*. Éditions Denoël, 1971. ISBN 978-2282301105.
- 7 Shenk, David. Data Smog. *The Next Progressive*, 7 septembre 1993.
- 8 Collectif. Data, data everywhere. A special report on managing information. *The Economist*, 27 février 2010.
- 9 Boukef, Nabila. *Utilisation du courrier électronique dans l'activité managériale : usages, intérêts et limites*. Université Paris-Dauphine, 2005, CREPA-DRM, thèse de doctorat.
- 10 cf. note 9.
- 11 Rosa, Hartmut. *Accélération. Une critique sociale du temps*. Éditions La Découverte, 2010 ISBN 978-2707154828.
- 12 Silva, François ; Hugon, Stéphane. *Usage des TIC et RSE. Nouvelles pratiques sociales dans les grandes entreprises*. Rapport ORSE - CIGREF, juin 2009.
- 13 Gates, Bill. *Le travail à la vitesse de la pensée. Une vision pour le troisième millénaire*. Éditions Robert Laffont, 1999. ISBN 978-2221089491.
- 14 Clarke, John Maurice. *Studies of the economics of overhead cost*. University of Chicago Press, 1923.
- 15 Devise du Groupe MITSUI, groupe industriel japonais.
- 16 cf. note 6.
- 17 Berners-Lee, Tim. *Metadata architecture* [en ligne]. 1997 (consulté le 31 octobre 2013). <<http://www.w3.org/DesignIssues/Metadata.html>>
- 18 Berners-Lee, Tim ; Hendler, James ; Lassila, Ora. The semantic Web. A new form of Web content that is meaning-full to computers will unleash a revolution of new abilities. *Scientific American*, mai 2001, p. 29-37.
- 19 Bhargava, Rohit. *Manifesto for the content curator : The next big social media job of the future?* [en ligne]. 30 septembre 30 2009 (consulté le 31 octobre 2013). <<http://www.rohitbhargava.com/2009/09/manifesto-for-the-content-curator-the-next-big-social-media-job-of-the-future.html>>
- 20 Rosenbaum, Steven. *Curation nation. How to win in a world where consumers are creators*. McGraw-Hill, 2001.
- 21 Morel-Pair, Catherine. Métadonnées et XML : des standards efficients de l'environnement numérique [en ligne]. Prépublication. *Ingénierie des systèmes d'information*, 2007, vol. 12, n° 2, p. 9-39 (consulté le 31 octobre 2013). <<http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/document-1842>>
- 22 Extensible Markup Language, ou Langage informatique de balisage.
- 23 March, James G. ; Simon, Herbert A. *Organizations*. Wiley, 1958. Traduction française sous le titre *Les organisations*. 3^e édition, Éditions Dunod, 2005. ISBN 978-2040107284.
- 24 Polanyi, Michael. *Personal Knowledge: Towards a post-critical philosophy*. University of Chicago Press, 1958.

- ²⁵ Argyris, Chris ; Schon, Donald A. *Organizationnal learning: a theory of action perspective*. Jossey Bass Publisher, 1958.
- ²⁶ Perrein, Jean-Pascal. *Définition de la gouvernance de l'information* [en ligne]. 3org.com, 11 janvier 2011 (consulté le 20 octobre 2013).
<<http://www.3org.com/news/gouvernance/definition-de-la-gouvernance-de-linformation/>>
- ²⁷ Observatoire de la Gouvernance de l'information. *Gouvernance de l'information. Livre blanc* [en ligne]. 1^{re} édition, 2012 (consulté le 20 octobre 2013).
<<http://www.gouvinfo.org>>
- ²⁸ Guyot, Brigitte. Quelques problématiques pour éclairer l'étude de l'information dans les organisations. *Sciences de la Société*, La communication organisationnelle en débat, 2000, n° 50-51, Presses Universitaires du Mirail, 2000.
- ²⁹ Ray, Jean-Emmanuel. *Le droit du travail à l'épreuve des NTIC : Internet, intranet, télétravail*. 2^e édition, Éditions Liaisons, 2011. ISBN 978-2878804331.
- ³⁰ Entretien avec l'auteur. 2013.
- ³¹ de Rosnay, Joël. *Enseignant Magazine*, 1997.
- ³² cf. note 2.
- ³³ Frion, Pascal. *Le paradigme du progrès et la recherche d'information : quelles alternatives ?* [en ligne]. 2009 (consulté le 20 octobre 2013).
<<http://pascalfrion.unblog.fr/files/2009/05/frionvsst2009nancyparadigmeduprogresintelligenceeconomique.pdf>>
- ³⁴ Hargittai, Eszter ; Neuman, W. Russell ; Curry, Olivia. Taming the Information Tide: Perceptions of information overload in the American home. *The Information Society*, 2012, vol. 28, number 3, p. 161-173.
- ³⁵ Apparue en Angleterre dans les années 1811-1812, le mouvement luddite protestait contre l'arrivée des machines dans l'industrie textile, des machines susceptibles à terme de remplacer l'homme. Ils ont mené de nombreuses actions de destruction de métiers à tisser. Le terme « luddite » a pour origine un ouvrier nommé Ned Ludd - Captain Ludd - qui lui-même aurait brisé des machines en 1780, mais dont l'existence est finalement incertaine.
- ³⁶ Iyer, Pico. The joy of quiet. *The New York Times*, 29 décembre 2011.
- ³⁷ Jauréguiberry, Francis. L'immédiateté télécommunicationnelle. In Moati, Philippe (ed.). *Nouvelles technologies et mode de vie. Aliénation ou hypermodernité ?* Éditions de l'Aube, 2005, p. 85-98. ISBN 978-2752601186.
- ³⁸ Shenk, David. Préface à Sauvajol-Rialland, Caroline. *Infobésité. Comprendre et maîtriser la déferlante d'informations*. Éditions Vuibert, 2013. ISBN 978-2311010589.
- ³⁹ Klein, Tristan ; Ratier, Daniel. *L'impact des TIC sur les conditions de travail*. Direction générale du travail et Centre d'analyse stratégique, Rapports & Documents, février 2012.