

Pourquoi miser sur un support écrit pour parler des nouvelles technologies ?

Un cas d'école : la *Lettre de la Société de l'information*

Olga Irastorza

*permanente à
l'École supérieure de journalisme de Lille
chargée des nouvelles technologies*

Avec l'arrivée de l'Internet et des Nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC), nombreux sont ceux qui ont hurlé « *Attention, danger* ». Ils arguaient du fait que le papier allait disparaître et que le "réseau des réseaux" marquait la fin de l'imprimerie. Pour ce qui nous concerne, c'est bel et bien l'arrivée des NTIC qui a conduit à la naissance de la *Lettre de la Société de l'information*, huit pages, bimensuelle et diffusée, à l'heure où nous rédigeons cet article, à quelque 3 200 exemplaires.

Cette expérience constitue, en soi, un élément de réflexion. Le postulat qui a présidé à cette naissance se décline simplement : dans une période de transition où le taux d'équipement informatique en France n'est pas très élevé, le papier n'est-il pas encore le moins mauvais moyen pour faire connaître au plus grand nombre les possibles mutations technologique, économique, culturelle, sociale, etc. en cours ? En tout état de cause, sur ce thème, et dans une région précise, le Nord-Pas de Calais, la réponse apportée à cette question a été tout simplement « *Oui* » et la publication qui en est née a rencontré son public comme les résultats de l'enquête publiés plus loin le démontrent.

Ce pari en cachait un autre : comment parler de nouveautés technologiques, voire d'évolutions techniques ou sociales, à un public plus ou moins intéressé, plus ou moins concerné, plus ou moins sceptique ? Quels genres journalistiques, quelle option éditoriale étaient les plus adaptés pour expliquer ces changements plus ou moins profonds ?

L'idée d'une lettre d'information sur ce qu'il est donc désormais convenu d'appeler les NTIC est née en janvier 1996. Le premier numéro porte la

date du 2 mai 1996. Dès le départ, le parti pris a été de ne pas utiliser de vocabulaire trop spécialisé, d'adopter une maquette simple, lisible et presque ludique, et de témoigner de réalisations concrètes. Avant tout, il fallait donner à voir ce que l'on faisait ou pouvait faire de ces nouveaux outils. Cette publication est toutefois née dans un environnement particulier.

Un contexte particulier

Le principe d'une lettre d'information a été arrêté dans un contexte politique et économique qu'il est important de préciser. Le Nord-Pas de Calais a été choisi en 1995 comme région-pilote pour l'impact des NTIC par la Commission européenne au même titre que cinq autres régions européennes (le nord-ouest de la Grande-Bretagne, la Saxe en Allemagne, le Piémont en Italie, la Communauté de Valence en Espagne et la Macédoine centrale en Grèce). Le programme Irisi (Initiative interrégionale pour la Société de l'information) avait pour objectif de sélectionner dans chacune de ces régions des projets innovants en matière de NTIC et de leur attribuer des subventions afin d'en faciliter la concrétisation.

La question qui sous-tendait une telle initiative était politique : les NTIC pouvaient-elles constituer une chance économique pour ces régions en reconversion et qui comptent un taux de chômage supérieur aux moyennes nationales ? Après les quatre ans écoulés depuis la mise en place de ce plan européen, il est encore difficile de répondre à cette question.

A l'échelle du Nord-Pas de Calais, une unité Irisi a été créée au sein du conseil régional ainsi qu'un comité de pilotage pour l'examen et la sélection des projets. Ce dernier réunit des membres de l'institution régionale et de la Préfecture de région représentant l'État.

Dans ce dispositif, une agence d'information au sens large a été créée en partenariat avec l'École supérieure de journalisme de Lille. Sa mission comportait quatre axes : informer, communiquer (les deux termes étaient bien distincts), évaluer et éditer. Le savoir-faire journalistique sollicité dans ce cadre concernait cinq médias : l'écrit, le Web, le Minitel, la radio et la télévision. *La Lettre de la Société de l'information* dont nous parlerons plus longuement dans les prochains paragraphes en constituait bien évidemment le support écrit dès le départ.

Un site web en a rapidement accueilli une version électronique (www.irisinordpasdecalais.org). Cette lettre en ligne a été réalisée à partir de la version papier et *a posteriori*. Maintenant un moteur de recherche permet de chercher les articles parus depuis plus de deux ans par thème, ce qui constitue une plus-value pour ceux qui sont connectés. La mise en ligne est prise en charge par une Webmestre qui travaille à partir des indications de la journaliste-rédactrice en chef de la *Lettre* version papier.

Pour sa part, le Minitel a servi un temps d'agenda. Sa pertinence n'ayant pas été démontrée ou sa complémentarité n'ayant pas été bien définie, il a vite été délaissé.

A la télévision, une émission de 26 minutes a été co-produite avec la station régionale de France 3 Nord-Pas de Calais.

Par ailleurs, 15 émissions de radio ont été réalisées. Elles ont été diffusées sur les ondes des stations, membres de la Fédération des radios associatives (cet organisme compte 18 stations réparties sur l'ensemble du territoire régional). Le journal d'information radiophonique était réalisé tous les 15 jours au sein de l'École supérieure de journalisme de Lille. Il était livré en "prêt-à-diffuser" aux partenaires. D'une durée de 15 minutes, il avait pour objectif de vulgariser l'usage des NTIC auprès des auditeurs. Un reportage magazine d'une durée de 2 minutes 30 devait montrer les aspects de tel ou tel sujet ; des séquences de 40 secondes mettaient l'accent sur des innovations plus quotidiennes. Les sujets étaient des plus divers : du diagnostic à distance pour les traumatisés crâniens... aux témoignages d'adeptes des cybercafés. Cette activité était typique d'une agence de presse. Elle s'est poursuivie jusqu'en juin 1997, date à laquelle les financements ont été interrompus non pas à cause d'un manque de résultats, mais parce que l'action européenne s'est portée sur d'autres projets. Seule la *Lettre de la Société de l'information* a poursuivi son chemin...

« *quels critères objectifs peuvent présider au choix des sujets ?* »

Qu'est-ce que la Lettre de la Société de l'information ?

La problématique de la *Lettre de la Société de l'information* se résume en une phrase : utiliser un savoir-faire journalistique de traitement de l'information, d'écriture et de hiérarchisation pour faire savoir et faire comprendre au plus grand nombre les usages professionnels ou personnels des NTIC ainsi que leurs enjeux économiques, sociaux, voire sociétaux. Restent toutes les questions subsidiaires mais essentielles qui président à la naissance d'une publication : comment rédiger une lettre d'information régionale spécialisée dans les nouvelles technologies de l'information et de la communication alors qu'en région, peut-être encore moins qu'au plan national, le secteur ne concerne qu'un petit nombre d'initiés, n'a pas fait ses preuves et que les impacts et la durée de vie de cette "révolution" sont encore de grandes inconnues ?

Le Nord-Pas de Calais compte quelque 10 000 personnes connectées qui connaissent *a priori* de manière concrète les possibilités du réseau des réseaux. Sur 2 800 destinataires régionaux de la *Lettre de la Société de l'Information*, seuls 373 comptent une adresse électronique. Se posent alors pour le rédacteur de *La Lettre* des questions simples à formuler mais dont il est plus complexe de trouver la juste réponse : quel vocabulaire utiliser ? quels critères objectifs peuvent présider au choix des sujets sans céder au prosélytisme mais en faisant apparaître les possibilités voire les atouts, les limites et les dangers de ces technologies ?

La première étape a consisté à cerner *a priori* et sans enquête préalable par faute de temps le public de professionnels et de particuliers destinataires de cette

lettre d'information. Un public qui, par définition, était à des niveaux d'initiation et de pratique (quotidienne) différents. Il fallait écrire pour son lecteur mais ici, la difficulté était de s'adresser à plusieurs niveaux de lectorat. Toutes les sensibilités étaient représentées : certains souhaitaient se laisser convaincre et ne pas rater le coche ; d'autres étaient des utilisateurs férus et quotidiens d'un outil connu (presque) sur le bout des doigts ; d'autres enfin voyaient arriver ces innovations technologiques avec effroi et réticence. Les universitaires des grands campus de Villeneuve-d'Ascq et de Valenciennes se servaient de l'Internet comme on met une lettre à la poste. Les médecins percevaient bien quelques avancées possibles dans l'échange par visioconférence ou par courrier électronique avec les plus grands professeurs ou spécialistes. Il s'agissait d'avantages en matière d'autoformation ; par ailleurs, un double ou triple diagnostic ne pourrait que bénéficier aux patients. Certains enseignants corrigeaient les devoirs ou faisaient du soutien scolaire avec l'aide de leur adresse électronique. Quant aux responsables d'entreprises, ils n'étaient pas pour la majorité d'entre eux convaincus de la pertinence économique de l'outil "Internet". Dans la majorité des cas d'ailleurs, l'arrivée de l'Internet et des nouvelles technologies dans l'entreprise a été le fait d'un seul individu féru d'informatique ou de communication. Les femmes et hommes politiques s'interrogeaient sur les réelles opportunités offertes par l'Internet dans la reconversion économique d'une région en crise. Le pari consistait à trouver un ou des dénominateur(s) communs entre tous ces lecteurs potentiels.

Parler simplement des usages

La ligne éditoriale de *La Lettre* se devait donc d'être une des spécificités fortes de la publication. Il fallait oublier les réseaux, les modems, les écrans, les mégaoctets, les logiciels et éditeurs de HTML. De nombreux magazines spécialisés en parlaient et diffusaient des conseils très pratiques sur l'équipement et les achats. Il était urgent de s'appesantir sur les applications concrètes du Web (de la Toile, de l'Internet), des CD-Roms, de la visioconférence, etc. Il fallait répondre à de simples questions : que peut-on faire avec ces nouvelles techniques ? à quoi peuvent-elles servir sans se jeter à corps perdu dans le tout-technologique ?

Volontairement, les articles ont peu abordé les mécanismes de connexion ou de réseau qui sous-tendaient telle ou telle initiative. Toutefois, afin de créer une culture commune à l'ensemble des lecteurs, une rubrique ponctuelle a été consacrée au début de la vie de la *Lettre* au "lexique" qui a pour fonction de recontextualiser les définitions extraites du dictionnaire de l'Afnor (*Dictionnaire du multimédia* - 2^e édition - Jacques Notaise, Jean Barda, Olivier Dusanter, Afnor). De tels emprunts ont été effectués avec l'accord de l'Afnor et mention a été faite des sources à chaque publication. Dépouillées, les définitions visaient à établir un niveau minimum de compréhension : chaque lecteur devait comprendre la même chose à travers les mêmes termes (CD-Rom ou Intranet ou Extranet).

Très vite s'est aussi posée la question d'une harmonisation orthographique et typographique pour des termes encore peu usités. Peut-on distinguer en graphie "cédérom" et "CD-Rom" ? Dans l'un ou l'autre cas, la signification peut-elle être différente : CD-Rom faisant référence au support technique et cédérom parlant du contenu ? La marque du pluriel doit-elle s'appliquer ? Dans ce cas précis, c'est la seconde graphie qui a été choisie (n'en déplaise à l'Académie française !) ; il a été décidé que le "S" était de rigueur pour le pluriel. Quelle distinction opérer

« *devait-on parler d'Internet ou de l'Internet ?* »

entre "en ligne" et "en-ligne" ? Réponse apportée : le trait d'union est utilisé lorsque l'expression est mise en apposition et lorsqu'elle est substantivée. Exemples : on peut s'inscrire en ligne ; le multimédia en-ligne se développe.

Enfin devait-on parler d'Internet ou de l'Internet ? Un groupe de travail s'est même constitué au sein de l'École supérieure de journalisme de Lille qui a publié un document intitulé *De l'usage des termes du multimédia*. Une version électronique de ce travail existe sur le site www.insite.fr

Il ne fallait pas négliger la littérature existante dans le domaine des nouvelles technologies de l'information et de la communication. Aussi, dès les premiers numéros, une rubrique fournissant des pistes documentaires et bibliographiques a été mise en place. Une revue de presse bimensuelle renvoie régulièrement aux articles parus chez des confrères. Elle venait parfois illustrer le thème traité dans un article principal. Par exemple : une revue de presse peut citer des articles sur le commerce électronique, thème principal d'une lettre thématique.

La région comme zone de diffusion pertinente

Le cadre géographique a été fixé dès le lancement pour les raisons énoncées plus haut : cette publication parlerait donc essentiellement *du* et *au* Nord-Pas de Calais. Cette caractéristique est à respecter dans la couverture des sujets sur l'ensemble du territoire régional. Les disparités sont grandes entre le Nord et le Pas-de-Calais. La réalité économique, culturelle et sociale varie de l'un à l'autre département. Trois grandes agglomérations Dunkerque, Lille et Valenciennes sont peu distantes (80 kilomètres séparent le port de Dunkerque et le beffroi de Lille ; il faut parcourir la même distance entre le centre lillois et la capitale du Valenciennois). Ces trois grandes villes présentes pourtant des atouts très différents et pas forcément complémentaires : en toute logique, Dunkerque est très tournée vers la Manche ; Valenciennes développe ses relations avec la Belgique. Dans cette couverture attentive de la diversité du terrain, il est de plus essentiel de ne pas défavoriser le pays minier par rapport aux grands pôles économiques.

Une attention particulière devait être apportée dans la diffusion régionale et ne pas succomber au pôle d'attraction que constitue l'Île-de-France pour les nouvelles technologies de l'information et de la communication, concentration

démographique et économique oblige. Sur les 3 200 exemplaires imprimés, 2 804 très exactement sont envoyés aujourd'hui à des lecteurs régionaux : particuliers, professionnels de la santé, enseignants, élus, responsables d'entreprise ou de départements, documentalistes, etc. Le lectorat présente une grande hétérogénéité accentuée par l'aspect "service public" de cette Lettre : le principe de popularisation des usages et les financements européens reçus pour cela permettent d'abonner une personne ou une structure sur simple demande téléphonique ou écrite.

L'enquête de lectorat réalisée en juin 1997 a souligné un niveau de pertinence sur la dimension très locale de l'information : les lecteurs de la Lettre de la Société de l'information s'estiment noyés sous l'information nationale, voire internationale, mais regrettent le peu de données locales et concrètes dans un domaine, celui du multimédia, encore naissant. A la rubrique "remarques" du questionnaire envoyé, un organisme comme la DRIRE (Direction régionale Industrie, Recherche, Environnement) a même souligné qu'il s'agissait « du seul organe d'information permettant d'être au courant des initiatives régionales privées et publiques dans ce domaine ».

Une maquette hypertextuelle

Au fonds éditorial est venue s'ajouter la forme. La Lettre de la Société de l'information a voulu présenter une maquette originale s'appuyant sur deux caractéristiques : un code couleur et des flèches hypertextuelles. Image d'Épinal mais pourtant réellement vécue : les principes de cette mise en page ont été arrêtés sur un coin de nappe au cours d'un déjeuner entre un graphiste et un journaliste !

- Les flèches hypertextuelles permettaient de rappeler le principe d'interactivité présent sur le web. Sa traduction sur le papier a été aussi un apport ludique et dynamique. Ainsi le principe est simple : à partir d'un article développé, une ou plusieurs flèches renvoient à un complément d'information comme dans la mise en page classique d'un journal un sujet peut être décliné par des encadrés ou des grisés.
- Pour le rédacteur, ce type de maquette induit une contrainte supplémentaire : au moment de la rédaction de l'article central, il est indispensable de penser aux "prolongements latéraux". Certains sont évidents : dans une

The image shows a page layout with multiple columns of text. At the top right, there is a small graphic of a book. Below it, there are several text boxes with arrows pointing to different parts of the page. The text is in Latin and includes sections like "Les critères actuels" and "Nicolao Amis". There is a central portrait of a man. The layout is designed to be interactive, with arrows pointing to different parts of the page.

interview, une flèche souligne le nom de l'interviewé et amène le lecteur vers une petite biographie. D'autres sont très directement liés à la rédaction : le rédacteur ne doit pas oublier d'évoquer tel titre de CD-Rom pour pouvoir faire un complément d'information sur son contenu. La page est donc à considérer dans son ensemble, forme et fond. Ce qui implique un rédacteur qui allie les compétences d'un journaliste, d'un secrétaire de rédaction et d'un chef d'édition.

Un autre principe arbitrairement arrêté a été d'attribuer une couleur à chaque secteur d'activité abordé : la couleur rouge dans la titraile ou dans l'exergue renvoie obligatoirement à un sujet de médecine ; le vert est lié à la formation et à l'éducation ; le mauve recouvre le domaine de l'entreprise, etc. Sept couleurs au total pour sept domaines déterminés : citoyenneté et culture, administrations et collectivités, information, entreprises, santé, formation et éducation, transports et vie quotidienne. Le choix a été complètement subjectif quant à l'attribution des couleurs, mais les secteurs recourent, quant à eux, des domaines d'activité économique et les intitulés des cercles de réflexion et de débat créés sur un plan régional. Par souci de cohérence de la maquette, les flèches adoptent aussi la couleur du thème traité. Dans l'enquête menée (voir plus loin), 71% des lecteurs sondés ont apprécié et utilisé ce système de lecture. Il resterait à mesurer les risques de discontinuité de lecture provoqués par ces flèches qui partent du texte principal. En effet, l'œil pourrait être détourné par une flèche partant vers la droite : sans finir la phrase, le lecteur pourrait être distrait par une flèche.

Les critères du choix journalistique

D'un point de vue professionnel s'est très rapidement posé le problème de la pertinence d'une information dans un secteur (les NTIC) en émergence. La grille de lecture de ce secteur est en cours de constitution : le phénomène du Minitel, ou avant lui du téléphone, a donné lieu à des études sociologiques, économiques, sociales et sociétales. Rien de tel (début 1996) pour les nouvelles technologies. Certes des sociologues, économistes ou syndicalistes ont commencé à rendre publiques quelques conclusions sur un plan international (l'exemple des États-Unis est très utilisé) ; parfois ils se hasardent au plan national français. Mais qu'en est-il de l'analyse à un niveau régional ? Il faut laisser le temps au temps... mais le journaliste n'est-il dans ce contexte que simple témoin de son temps ? Il lui est indispensable de se constituer sa propre grille de lecture sur la pertinence de l'instant sans forcément de perspective historique, sociologique ou économique.

Ainsi, que penser à une échelle internationale de ce petit libraire lillois qui ouvre un site web au fond d'un magasin ? A la loupe de l'actualité locale, ce bouquiniste prend le risque d'investir plusieurs milliers de francs pour mettre à disposition de clients inconnus les titres d'ouvrages traitant de l'histoire régionale. Il jette une bouteille à la mer, persuadé que son initiative aura des

conséquences intéressantes. La démarche est hasardeuse et le temps permettra de conclure s'il avait raison ou pas, en termes économiques ou de communication. L'intérêt est sa stratégie d'entreprise qu'il a lui-même résumée en quelques mots : « *L'impression d'un catalogue coûte très cher et n'atteint pas forcément le bon client. La conception d'un site Web est moins cher et sa diffusion est instantanément mondiale.* » Dont acte.

Le journaliste doit-il trancher dans le débat du pour ou du contre de la télémédecine ? Comment faire la part du gadget et de l'outil qui aide à la décision médicale ? Un journaliste se doit-il de trancher dans le débat du pour ou contre le télé-enseignement à un niveau régional ? La peur de l'enseignant face à la caméra n'est-elle pas légitime ? La réduction des coûts que suppose la visioconférence pour une structure éclatée n'en est-elle pas moins légitime ? L'aspect anecdotique a-t-il une valeur dans un domaine émergent ?

Des exemples concrets

Pour répondre à toutes ces questions, il fallait porter témoignage de ce qui se passait sur le terrain. Il fallait revenir aux fondamentaux de ce métier : aller à la rencontre de ceux qui font, regarder, écouter, poser des questions et ensuite restituer le plus fidèlement possible toute cette matière accumulée. Comme dans bien des domaines non encore complètement explorés, on rencontre des passionnés imaginatifs et des sceptiques, voire des réticents.

Le domaine de l'enseignement n'échappe pas à cette règle. Le corps enseignant est fort divisé sur l'émergence de ces nouvelles technologies : les uns estiment que l'aspect éventuellement ludique détournent les écoliers de l'essentiel du savoir ; les autres abordent ces techniques comme des outils supplémentaires qui peuvent capter l'attention des enfants scolarisés, voire pour certains leur donner (ou redonner) goût à l'école. Les premiers sont réticents et n'ont pas expérimenté les NTIC ; les seconds ont essayé de les intégrer à leur pédagogie. Afin d'illustrer ce deuxième aspect, à Roubaix, *La Lettre* a choisi de raconter par le menu l'exemple de cet instituteur qui a réalisé avec sa classe de CM2 un CD-Rom sur l'astronomie. Afin que le lecteur juge sur pièce, il ne fallait pas passer sous silence sa méthode de travail car elle pourrait servir à certains de ses collègues : « *Comment faire comprendre la notion d'arborescence ? Le scénario s'est fait en collant sur les murs de grands panneaux de papier et en dessinant à la craie les liens hypertextuels ?* ». Il ne s'agissait pas de donner des recettes mais bien des idées, des trucs et des astuces.

L'enthousiasme d'un individu est aussi parfois contagieux pour un journaliste. A l'image de ce professeur de Hazebrouck, petite commune du Nord, qui a mis au point un logiciel d'apprentissage de la lecture et de l'écriture. Le "Lectron" est utilisé en soutien scolaire ainsi que dans un centre d'aide par le travail (CAT) pour des déficients mentaux. Il est toujours très difficile pour un journaliste de préjuger des résultats d'une expérience à long terme, mais il reste

difficilement insensible à des enfants en échec scolaire, qui, venus en classe le mercredi après-midi pour des cours de rattrapage, quittent l'écran d'ordinateur à contre-cœur après des dictées à répétition. Comme il reste difficilement indifférent à des handicapés qui arrivent à lire intégralement un texte racontant une fête d'anniversaire et par les questions posées, à comprendre les faits comme s'ils les vivaient. Le Lectron a donc fait l'objet d'une double page dans la *Lettre de la Société de l'information* même si ce programme informatique n'apporte évidemment pas réponse à tous les maux.

En matière d'éducation, le télé-enseignement donne aussi lieu à discussion sans doute parce que les technologies sont liées à des investissements lourds en câble et fibres optiques sans que la pertinence en soit vraiment démontrée. Pourtant, dans le Nord-Pas de Calais, l'exemple de l'université du Littoral est symptomatique et par voie de conséquence digne d'intérêt journalistique. Tout d'abord parce qu'il répond à un problème concret : l'Université est composée de quatre campus distincts et fort distants les uns des autres (Dunkerque, Calais, Boulogne-sur-mer et Saint-Omer). Ensuite parce que ce choix technologique a des impacts pédagogiques et humains que le journaliste est tenu de souligner. Afin de ne pas déstabiliser l'enseignant, les responsables de cette opération envisagent la présence aux côtés de l'enseignant d'un moniteur rémunéré et formé à l'utilisation de l'outil informatique. L'outil doit être au service de la pédagogie. Toutefois, là, le rôle du journaliste est limité : il devra laisser les cours se dérouler, les techniques s'implanter voire s'user et revenir pour une enquête tous azimuts.

Dans le domaine médical, l'informatisation des cabinets médicaux est un dossier pour le moins épineux en partie parce que cette informatisation est imposée, en partie également parce que bien des

« *L'outil doit être au service
de la pédagogie* »

médecins sont démunis face à ces nouvelles machines et à ces nouvelles connections. Ils ont d'ailleurs bien souvent été pris d'assaut par des vendeurs d'ordinateurs et de logiciels sans pédagogie préalable. Aussi la description d'une "cabine de pilotage médicale" chez un généraliste peut-elle être un élément de réflexion pour ses confrères mais également pour les patients. Il faut donc que le journaliste pénètre dans un cabinet médical et qu'il décrive ce qu'il constate en ayant présents à l'esprit les freins et les enjeux de la présence d'un ordinateur entre un médecin et son patient. Extraits : « *L'écran est tourné vers le visiteur ; ce dernier peut suivre en temps réel les données de son dossier* » ou encore « *Les personnes âgées, je leur fais des ordonnances en caractère corps 14 ou 18 ; elles peuvent les lire sans problème et s'approprier le traitement* » dit le médecin concerné. Reste que pour trier les nombreuses propositions de matériel informatique dont ils font l'objet, certains médecins de Dunkerque ont constitué une association et font des comparaisons qualité/prix.

De son poste d'observation, le journaliste perçoit aussi des phénomènes étonnants comme celui de ce médecin installé près de Dunkerque qui, en lançant un site Web, a commencé à constituer une communauté médicale. Il a réuni

autour de son initiative des confrères installés en libéraux mais également des cliniques et l'hôpital le plus proche. Les échanges à teneur syndicale, médicale, médicamenteuse ont pris une telle vitesse de croisière qu'un Intranet a été mis au point, puis des listes de diffusion et des forums. La constitution d'une telle communauté virtuelle en un temps record et à fort contenu professionnel : voilà un sujet remarquable pour un journaliste et cette expérience a bien entendu eu sa place dans la *Lettre de la Société de l'information*.

Dans un contexte comme celui de la *Lettre de la Société de l'information*, le journaliste qui exerce dans une région comme le Nord-Pas de Calais se doit d'avoir en tête le débat sur les "inforiches" et les "infopauvres" ou, en d'autres termes, l'impact des NTIC sur l'exclusion. Tout naturellement, les expériences qui sont menées dans les zones dites "en difficulté" ou dans des secteurs en marge sont à regarder de près et ce, même si elles donnent lieu à des interrogations, voire des doutes.

Que penser en effet de la mise au point d'une salle multimédia dans le centre de détention de Loos (près de Lille) avec une possibilité de visioconférence pour les détenus qui suivent une formation à distance ? N'est-ce pas la création d'un lien supplémentaire avec l'extérieur de la prison ? Ne contient-il pas en lui un réel danger, celui de ne faire entrer le monde extérieur que par écran d'ordinateur interposé et de fermer les portes aux visiteurs de prison par exemple ? Dans l'immédiat, l'enthousiasme des détenus eux-mêmes face aux ordinateurs est toutefois étonnant. Par ailleurs, même s'il n'est pas universel, l'exemple de Mourad en zone d'éducation prioritaire n'est pas exempt d'enseignements. Mordu de musique assistée par ordinateur, il est aujourd'hui professeur de musique grâce à des salles informatisées équipées par une association de quartier. Il a par ailleurs obtenu un certificat de l'Espace de formation aux métiers de la musique à Tourcoing.

« le journaliste est toujours très "chatouilleux" sur le thème du "publi-reportage" »

Le domaine de l'entreprise et du monde économique en général est plus difficile à traiter dans un tel support car le journaliste est toujours très "chatouilleux" sur le thème du "publi-reportage". Bien entendu, l'absence de toute transaction commerciale élimine déjà *stricto sensu* ce "genre rédactionnel", mais parler d'une entreprise et de son initiative même originale est parfois suspect et peut être assimilé à de la promotion pure et simple. Tant pis, les entreprises ont droit au même traitement dans la *Lettre* que tout autre organisme ou structure : la description de l'innovation ou réalisation technologique ainsi que les coordonnées précises.

Face à la mode du boursicotage, il est difficile de passer sous silence la mise en place d'un site Web de simulation par une société de transaction boursière lilloise. Étant donné le rôle central des fournisseurs d'accès, il est intéressant d'interviewer celui qui se présente comme "l'accès Internet des gens du Nord" sur la réalité, l'évolution et la sensibilité des internautes nordistes. Quant à cette entreprise lancée par un enseignant en disponibilité de l'Éducation nationale qui

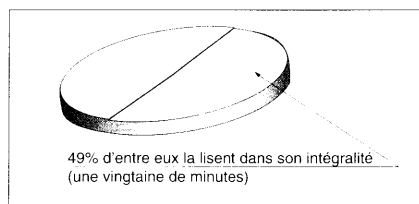
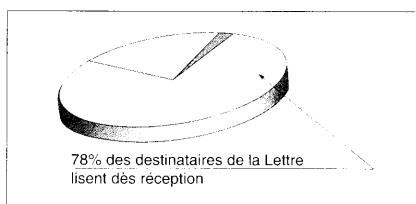
à partir d'une toute petite commune du Pas-de-Calais se constitue une clientèle francophone dans le monde entier, il est intéressant de parler de l'originalité des CD-Roms ludo-éducatifs qu'elle propose. Un article sur le son numérique qui améliore la correction auditive ne peut-il pas permettre aux malentendants d'exiger des soins plus adaptés à leur cas ? Et si ces articles vont rejoindre des dossiers de presse, adienne que pourra !

Le choix est moins draconien pour des réalisations telles que l'Intranet. Là, la question se situe à un autre niveau. Sa mise en place technique ne présente pas de gros problèmes, mais à quoi peut-il servir ? Il était sans doute opportun de décrire de l'intérieur ce groupe immobilier qui en a fait un outil de communication, avec l'accès pour tous les salariés aux comptes rendus des réunions de comité d'entreprise, à une bibliothèque juridique pour l'établissement de contrats-types ainsi qu'à une revue de presse. Il fallait mettre le doigt sur les inquiétudes suscitées par l'apparition des relations horizontales de cet outil : « Une lecture attentive de cette revue de presse auparavant uniquement distribuée aux chefs de service ne risque-t-elle pas de détourner l'attention de certains salariés ? »

Dès le lancement de la *Lettre de la Société de l'information*, un principe intangible a été édicté : celui de fournir à tout lecteur en fin d'article ou en bas de page, les coordonnées précises de l'inventeur génial ou de l'enseignant imaginatif ou encore celles de l'entreprise ou de l'organisme qui a développé un outil intéressant. L'objectif était clair : permettre à chaque lecteur de se nourrir de l'expérience d'autrui afin de la reproduire tout en évitant les écueils inhérents à toute nouveauté. Un choix là encore dont l'impact est révélé par les résultats d'une enquête de lectorat menée en juin 1997.

Une enquête de lectorat

Après un an d'existence, le temps était donc venu de confronter les intuitions à la réalité des choses. Aussi une enquête a été lancée auprès des lecteurs réguliers de la *Lettre* à la fin juin 1997 : près de 150 questionnaires ont été retournés en vingt jours :



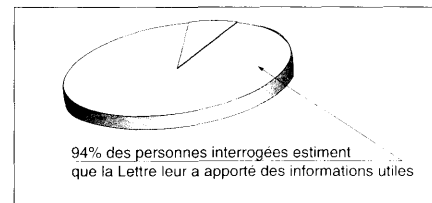
- 78% des destinataires de la *Lettre* la lisent dès réception. 20% la lisent dès que possible ou dès qu'ils ont cinq minutes ;
- 49% d'entre eux la lisent dans son intégralité : une vingtaine de minutes

tous les quinze jours. Les 51% restants choisissent les articles selon leur domaine d'activité ou selon les titres ;

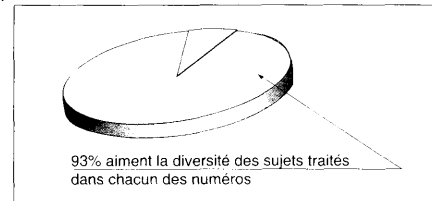
● 71% des sondés ont apprécié et utilisé les flèches hypertextuelles proposées comme méthode de lecture. Sur ce point l'option rédactionnelle qui mise sur la brièveté des articles est à maintenir pour une population qui n'a pas plus d'un quart d'heure pour prendre connaissance de ces informations. La taille des articles correspondant semble-t-il à la demande ;

● La Lettre de la Société de l'information est perçue comme un outil d'information et de documentation pratique, rapide et ciblé. Quelques extraits de réponses peuvent être parlants. Au chapitre de la rapidité d'information : « Si je suis pressée, je peux trouver rapidement ce dont j'ai besoin ou ce qui m'intéresse en priorité » ; « Cela me permet d'avoir rapidement des informations ciblées sur quelques centres d'intérêts » ; « Je recherche ce qui concerne le plus la spécificité de notre activité. » Au chapitre du pragmatisme, citons : « La référence à des exemples concrets me paraît essentielle. J'aime assez les styles et rubriques qui vont droit au but [...] » ; « Je me constitue un référentiel en dehors de mon domaine d'activité » ; « J'ai là des informations dont je m'inspire pour le fonctionnement de mon service » ; « Je me tiens informée des nouveautés qui pourraient être utilisées pour et par nos élèves et professeurs » ;

● 94% des personnes interrogées estiment que la Lettre leur a apporté des informations utiles (« J'ai appris des choses dans mon domaine : la médecine et l'Europe » ; « Il est important pour un chargé de formation de connaître l'existence du logiciel « Le métier qui me plaît » et l'application qui en est faite » ; « J'ai été intéressé par des exemples de recours au multimédia dans les programmes éducatifs et formations supérieures » ; « Il est rare qu'il n'y ait pas au moins une information utile par papier » ; « Les adresses Web sont très intéressantes »). D'autres témoignages n'hésitent pas à parler d'applications professionnelles à partir de cette publication : « Les informations sur la Télémedecine m'a permis d'élaborer un projet mis en souffrance il y a deux ans » ; « J'ai trouvé des idées pour nos réflexions et axes de développement internes » ; « Dans l'étude que nous faisons pour notre profession, nous aurons exploité quelques-unes de vos informations » ;



● 93% aiment la diversité des sujets traités dans chacun des numéros. Les lettres thématiques en revanche ne sont appréciées qu'à dose homéopathique. C'est le sens des remarques suivantes : « Les lettres thématiques offrent des informations trop ciblées » ; « Il est plus logique de garder le caractère informatif et l'actualité du contenu : la thématique donne l'impression de passer à côté d'autres actualités » ; « La diversité des articles rend la Lettre plus accessible quand on n'est pas initié ou spécialiste du Web » ; « C'est la diversité des informations qui fait la richesse de la Lettre » ; « La diversité me plaît : si un thème ne me touche pas directement, c'est un numéro perdu » ; « Cela doit rester un outil d'information pluriel. La recherche approfondie peut se faire ailleurs » ; « Je ne lis pas ce qui est trop spécifique » ;



- 87% des sondés apprécient son aspect régional et en retirent une certaine fierté « *d'être nordistes* ». Les informations nationales ou européennes sont souhaitées dans le futur de la publication, mais à condition qu'elles ne dénaturent pas le caractère régional ;

- 49% des lecteurs font circuler la *Lettre d'information* dans leur institution, voire dans leur environnement familial ;

- 70% archivent cette publication ; la durée de vie de la *Lettre* est supérieure aux vingt minutes nécessaires à sa lecture. L'archivage des numéros de *La Lettre* auquel procède les lecteurs a bien sûr pour objectif un meilleur accès à l'information *a posteriori*. S'y ajoute parfois même une utilisation professionnelle de *La Lettre* : « *recherche d'exemples et d'illustrations nécessaires pour des interventions (tables rondes et conférences)* » ; « *pour étayer une démonstration, une conférence ou action commerciale* » ; « *mise en place d'une documentation accessible* » ; « *pouvoir montrer certains articles à des parents d'élèves* » ; « *veille technologique* » ;

- 86% des destinataires apprécient sa périodicité bimensuelle ;

- 60% des lecteurs ont pu bénéficier de l'expérience d'autres acteurs de la société de l'information régionale en nourrissant leur carnet d'adresses et leurs relations professionnelles à partir des expériences décrites dans la publication.

Conclusion

En conclusion, force est de constater que l'ensemble des personnes impliquées dans cette expérience sont encore tout étonnées de l'impact que rencontre cette lettre d'information. Ils ont été quelques-uns à avouer qu'ils ne croyaient pas à cette publication ; ils ne pensaient pas qu'elle irait au-delà de quelques numéros. Le scepticisme était lié à la zone géographique (considérée comme trop restreinte) ainsi qu'à des technologies dont personne ne pensait qu'elles se répandraient si rapidement.

Quelques améliorations ont été apportées à ce support, notamment au cours de la dernière année : l'image a fait son apparition ; une rubrique "Webs régionaux" a été créée (parce qu'ils sont de plus en plus nombreux et que les lecteurs en réclament les adresses pour les inscrire dans leurs favoris) ; des "expériences d'ailleurs" (entendez hors Nord-Pas de Calais) ont été décrites, etc., mais sur le fond, *La Lettre* reste fidèle à sa ligne éditoriale et à son histoire. La maquette est, elle aussi, restée la même. L'introduction de l'image reste la plus grande innovation : la technique et surtout les logiciels rendent possible la capture d'écrans d'ordinateur. Aussi, afin de mieux visualiser les sites Web, voire de donner des exemples d'arborescence, les pages d'accueil des sites sont parfois reproduites... il est toujours fait mention du site d'où est extraite la page.

Notre ambition est d'en faire à terme une lettre plus européenne puisque la notion de "Société de l'information" a été empruntée à la Communauté européenne et qu'elle devrait en principe concerner plusieurs pays ou du moins plusieurs régions de pays européens différents.

L'expérience rédactionnelle décrite ici a peut-être valeur d'exemple, mais il faudra toutefois au lecteur pondérer les remarques et les réponses trouvées au cours de sa lecture par un double constat : la diffusion de cette lettre d'information est gratuite puisque celle-ci est financée par des fonds européens donc publics et par voie de conséquence, la question de sa rentabilité (conception, rédaction, impression, etc.) ne s'est pas posée.

Toutefois nous espérons avoir livré des pistes de réflexion pour ceux et celles de nos confrères qui souhaitent parler des nouvelles technologies de l'information et de la communication sur un support spécifique ou généraliste ■