

Évaluation de l'information : notions

Crédibilité

Définition

Notion première et centrale. Matrice et objectif.
Étymologie : latin *credibilis* « qui peut être cru », *credere* « croire »
 « Qualité de ce qui est croyable, possible ou vraisemblable. » (Dictionnaire historique de la langue française)
 Origine : 1651 en France
 « Caractère, qualité rendant quelque chose susceptible d'être cru ou digne de confiance. »
 (CNRTL : Centre national de ressources textuelles et lexicales)

Fiabilité, quasi-synonyme. (fiable : « qui est digne de confiance »)
Croyance : relève de la foi. Affaire individuelle, jugement personnel
 Foi en tant que croyance, acceptation dominante
 Foi en tant qu'engagement, loyauté, garantie
 Croyance religieuse, opinion politique, idéologie, énoncé scientifique
 Idée de vérité (philosophie) « Croire c'est tenir pour vrai une proposition »,
 « Guide du comportement » qui engage un individu. Se traduit dans les actes et comportements.
Confiance : Relation, reconnaissance réciproque entre personnes
 passive (être fiable)
 active (avoir confiance)
Confiance et fiabilité : « Il est fiable, je ne lui fais pas confiance »
 La confiance (trust)
 Le sentiment de pouvoir compter sur quelqu'un (reliance)
 « Ce n'est pas parce que quelqu'un m'apparaît comme fiable (par ses compétences) que je vais lui faire automatiquement confiance. »
Fiabilité : peut être objectivement observée
Confiance : subjectivement construite

Crédibilité et confiance dans le domaine social, économique et politique :
 Constitue des fondations de nos sociétés : confiance collective
 Fondement de tous les usages et de tous les problèmes
 Pacte de confiance implicite sur l'engagement à croire en la « bonne foi » des autres
 (ex : Wikipedia)

Crédibilité des sources de l'information :
 Consensus/Accord établi sur la notion de croyabilité (believability)

Notion carrefour

Multidisciplinarité, diversité des approches et modèles théoriques, multiplicité des concepts et champs d'application actuels

Aristote : notion liée à la rhétorique, par la qualité de l'orateur et de son talent de persuasion à conquérir la confiance du public
 Concerne principalement : l'émetteur, orateur, auteur

Psychologie sociale et sciences de la communication (crédibilité-perception) :
 Perception subjective d'une information par l'utilisateur
 Influence des diverses caractéristiques d'une source sur l'acceptation d'un message
 Propagande politique et impact sur les citoyens

Science de l'information (crédibilité-qualité) :
 Crédibilité de l'information, notion de qualité de l'information
 Élément de jugement de pertinence

Autres disciplines concernées : Psychologie, marketing, sciences du management, champ de recherche interdisciplinaire sur les Interfaces Hommes-Machines (Human-Computer Interaction, HCI),
Économie : évaluation de la crédibilité des institutions et des politiques monétaires
Sciences politiques : analyse et suivi des hommes politiques et de leur action
Droit et sciences juridiques : crédibilité des témoins dans leur procès

<p>Crédibilité</p>	<p><u>Épistémologie et méthodologie de l'histoire</u> : statut des sources et des témoignages <u>Philosophie</u> : réflexion sur les rapports complexes entre foi, croyance et confiance, persuasion et rhétorique <u>Sociologie des sciences</u> : mécanismes de construction de la crédibilité d'un énoncé scientifique <u>Psychiatrie</u></p> <p><u>Crédibilité des sources, médias et messages</u> : Source de l'orateur et réception par l'utilisateur</p> <p><u>Crédibilité-machine</u> : Émergence d'une nouvelle modalité essentielle sur les réseaux : <u>l'information technologique</u> : Quels sont les enjeux ?</p>
Différents types de crédibilité	
<p>Objets habituels d'évaluation de la crédibilité :</p> <ul style="list-style-type: none"> La source Le média Le message <p><u>Crédibilité de la source et du message</u> : influence réciproque reconnue <u>Crédibilité de la source et le média</u> : rapports complexes, crédibilité globale remise en question du « support », « medium » (média web, radio, télévision, magazine, presse) Expérience <i>Huis clos sur Internet</i> (2010) : Des internautes journalistes ont voulu tester la crédibilité de l'information sur les réseaux sociaux et la comparer à celles des journaux télévisés et de la presse écrite, en s'enfermant pendant une semaine, privés de tous les médias traditionnels (Interruption volontaire d'information)</p> <p>web ≠ internet : réalité protéiforme, indiscernable, et difficilement définissable « Le web est bien plus qu'un média » Catégorie d'applications : blogs, forums, réseaux sociaux, messageries,...</p> <p>Différence entre les supports imprimés et support numérique</p> <p>Les quatre sortes de crédibilités :</p> <p><u>Crédibilité présumée</u> : stéréotypes, représentations préalables, hypothèses des usagers vis-à-vis d'une source, d'une personne ou d'un site web (ex : <i>c'est ce qui nous fait attribuer une crédibilité plus forte à un ami qu'un à vendeur</i>) <u>Crédibilité réputée</u> : lié à l'affiliation d'un auteur ou d'un document à une institution, une source ou un média reconnus, à la notoriété. Rapport à la source : éditeur, organisation, auteur (<i>c'est la crédibilité réputée qui nous fera accorder plus de confiance à un rapport officiel qu'à un ami</i>) <u>Crédibilité de surface ou apparente</u> : lié à la présentation de la ressource ou de la personne, présentation matérielle « dispositif » (<i>couverture d'un livre, mise en forme d'un site web</i>) <u>Crédibilité d'expérience ou éprouvée</u> : fondée sur l'expérience antérieure, essentielle dans tout jugement</p>	
La web credibility	
<p>Identifier et spécifier la crédibilité propre au web « Les ressources ne pouvant être évaluées avec les mêmes critères et selon les mêmes catégories que celles des supports traditionnels »</p> <p><u>Caractéristiques spécifiques</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> Absence de filtrage et de médiateurs Forme du média (hypertexte, ou la spécificité numérique) Indifférenciation ou manque d'authentification des sources Nouveauté même du web et l'absence de standards d'évaluation reconnus <p>Média et support Composants des documents : source, message, présentation, etc Le web : réalité hétérogène et mouvante</p> <p><u>Évaluer la crédibilité d'une ressource numérique ou non</u> :</p> <p>Identifier la crédibilité, d'une part selon les composants documentaires auxquels elle s'attache (source, média, support), d'autre part selon ses 4 modalités (présumée, réputée, de surface et d'expérience)</p>	

Évaluation de l'information : notions

L'autorité

Définition

Valeur essentielle

Étymologie : latin *auctoritas* « auteur, fondateur, instigateur, conseiller, garant, vendeur, possesseur », auteur responsable d'une œuvre

Pouvoir d'imposer sa puissance

Crédit d'un écrivain, pour l'église, un texte révélé

Distinctions autour du concept dans la réflexion philosophique, politique et juridique :

- Distinction entre autorité et pouvoir
- Questions autour de l'obéissance, de la liberté, du rapport gouvernants / gouvernés
- Mécanismes de l'acceptabilité de l'autorité

Selon Hannah Arendt, le concept d'autorité ne peut s'imposer par la force car elle doit être légitime (= conforme aux lois), ni par la persuasion car elle s'inscrit dans une hiérarchie.

Discussion libre entre égaux, phénomène relationnel social entre deux entités au moins
= modalité particulière de la communication

Le concept d'*authority* sur internet :

Google et le PageRank : distinction entre :

- les sites *hubs* (=plateformes centralisées)
- les sites *authorities* (sites recevant des liens entrants)

Le terme prend alors le sens de la popularité et notoriété. Autorité ≠ popularité

L'expertise, l'autorité reconnue est confondue alors par la popularité, la notoriété qui prend la sémantique pour sienne.

« (...) Ce n'est plus l'expertise, l'autorité reconnue qui donne la notoriété, mais la notoriété, la popularité qui confère l'autorité, l'expertise. » (*Dans le labyrinthe*, p.125)

Dans la littérature :

Un document comme faisant autorité dans son domaine est traditionnellement considéré d'une importante valeur, crédible.

L'autorité cognitive

1983, pionnier du nom de Patrick Wilson, dans la littérature anglo-saxonne définit ce concept :
« Une relation d'influence de pensée, impliquant au minimum deux personnes, l'une accordant à l'autre sa confiance parce qu'elle maîtrise un domaine spécifique de compétences. » (*Dans le labyrinthe*, p.126)

Confiance accordée entre deux personnes en raison des degrés d'expertise dans un domaine donné, « influence choisie »

Selon Brigitte Simonnot :

« Ce concept fait référence aux influences qu'une personne reconnaît et qui rendent l'information crédible et digne de confiance » (*Dans le labyrinthe*, p.126)

Expertise, sur laquelle découle la crédibilité et la réputation

Selon Wilson : autorité cognitive ≠ autorité administrative (= fondée sur la position et la hiérarchie)
Autorité cognitive = les personnes réputées « savoir de quoi elles parlent » (selon Rieh et Danielson)

Deux modes de connaissances (selon Wilson expliquée par Rieh) :

- Connaissance directe : « de première main »
- Connaissance « seconde » issue de la consultation d'expertises, institutions, livres ; médias/supports reconnus crédibles.

L'autorité cognitive s'étend aux livres, organisations, institutions, outils.

Wilson distingue 4 sortes d'autorités :

- L'autorité personnelle, liée à un auteur
- L'autorité institutionnelle de l'éditeur textuel
- L'autorité institutionnelle propre au type de document
- L'autorité de « plausibilité intrinsèque (= peut être considéré comme vrai, vraisemblable) liée au contenu

L'autorité	<p>Notions d'autorité est liée à celle de crédibilité, et reconnaît que l'autorité cognitive est plus restreinte que la crédibilité</p> <p><u>Selon Rieh et Danielson :</u> Les autorités cognitives « influencent profondément les pensées, dans la mesure où les gens reconnaissent sciemment se les être appropriées. » (<i>Dans le labyrinthe</i>, p.127)</p> <p><u>Notion d'influence</u> Volontaire, choisie, acceptée fondée sur un support crédible</p>
	<p style="text-align: center;">L'autorité informationnelle</p> <p><u>Selon Evelyne Broudoux,</u> La notion se distingue de l'autorité cognitive car la fonction d'influence lui est enlevée en se concentrant sur les composantes informationnelles.</p> <p><u>En contexte pré-numérique :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - L'autorité énonciative : Autorité des auteurs jugée selon leur reconnaissance, la qualité et le nombre de productions publiées, leur notoriété actuelle et passée - L'autorité de contenu : Liée au contenu intrinsèque et son genre, sa qualité, ses sources, son paratexte - L'autorité du support : Identification par le type - L'autorité institutionnelle : Organisations et individus susceptibles de légitimer les auteurs : éditeurs, producteurs, distributeurs, presse, etc. <p><u>En contexte numérique :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - L'autorité énonciative : Autorité des auteurs jugée selon leur réputation, par les pairs, les autorités informelles ou institutionnelles, le nombre de productions publiés, leur qualité, leur notoriété actuelle. Identification par le paratexte et l'autopublication. (Collectivité grandissante avec Wikipédia) - L'autorité de contenu : Contenu. Identification par le genre éditorial et genre émergent du proto-document ou document. - L'autorité du support-logiciel : Identification par l'outil de logiciel de publication ou fabrication par l'auteur de son système de publication. - L'autorité de groupe(s) et institution(s) : Groupes informels et organisations susceptibles de légitimer les auteurs : pair, réseaux sociaux, publishing, blogosphère, presse, etc. (Montée et puissante du jugement collectif et de la « popularité ») Identification par l'architexte : présence de « pages-liens », « pages à propos de », « publicité »... Sources et mentions légales. <p><u>Distinction entre les différences de supports :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Autorité visible : Matérialité des supports imprimés, reconnue de l'autorité cognitive (revue scientifique, dictionnaire, encyclopédie) - Support dématérialisé : support qui complexifie les codes de reconnaissances de supports documentaires <p><u>L'autorité sur Internet :</u> Un rôle central d'autorité : le CMS Content management system, outil à l'édition de contenus et de productions partagés sur internet</p> <p>Nouvelle économie documentaire potentielle mais risquée : les composantes du numérique et la notion d'influence au profit de l'information diminuent l'autorité par l'acceptation d'un discours, énoncé, information d'une source.</p> <p>Selon Régis Debray : « Au royaume des écrans, le lecteur est roi, l'auteur découronné, et le livre rétrogradé. » (<i>Dans le labyrinthe</i>, p.131)</p>

Évaluation de l'information : notions

Qualité(s) de l'information	Définition
	<p><u>Définition selon <i>Qualité online</i> :</u> « Ensemble des caractéristiques d'une entité qui confère l'aptitude à satisfaire des besoins exprimés et implicites. Ou : aptitude d'un ensemble de caractéristiques (trait distinctif) intrinsèques à satisfaire des exigences (besoin ou attente formulés habituellement implicites ou imposés) »</p> <p><u>Selon la norme ISO, la qualité est définie comme :</u> « Aptitude d'un ensemble de caractéristiques intrinsèques d'un produit, d'un système ou d'un processus à satisfaire les exigences des clients et autres parties intéressées »</p> <p><u>3 notions à distinguer :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Qualité - Validité - Pertinence <p><u>La qualité de l'information est née dans le champ des sciences de l'information :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Information documentation (info-knowledge) / documentaire de la réalité - Information des médias (info-news) - Informatique (info-data) <p><u>Information documentaire (info-knowledge) :</u> 1934, <i>Traité de documentation</i> de Paul Otlet : « Les buts de la documentation organisée consistent à pouvoir offrir sur tout ordre de fait et de connaissance des informations universelles quant à leur objet ; sûres et vraies ; complètes ; rapides ; à jour ; faciles à obtenir ; réunies d'avance et prêtes à être communiquée ; mises à disposition du plus grand nombre. » (<i>Dans le labyrinthe</i>, p.132)</p> <p>Caractéristiques formelles :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Exactitude - Accessibilité - Facilité d'accès <p><u>Information des médias, approche journalistique (info-news) :</u> qualité de l'information de presse comme thématique autonome :</p> <p>AQIT (Association pour la Qualité de l'InformaTion créée en 2003) : première Assises internationales du Journalisme.</p> <p>2006 : Projet de création d'un Conseil de Presse, instance de co-régularisation des médias par l'ACPC (Association de Préfiguration d'un Conseil de Presse)</p> <p>2007-2008 : <u>Charte de qualité de l'information</u> : valeurs fondamentales de la vie démocratique :</p> <ul style="list-style-type: none"> « L'honnêteté - le souci de la vérité des faits - le respect des personnes - le respect de la diversité des opinions - le refus de la manipulation des consciences - le refus de la corruption - le devoir de publier ce qui est d'intérêt public - et en toute circonstance la culture du doute » (p.133) <p><u>Approche entre info-knowledge et info-news :</u> « une information de qualité est une information qui permet d'augmenter l'acuité intellectuelle et politique du citoyen qui la reçoit. » définition donnée par l'AQIT (<i>Dans le labyrinthe</i>, p.133)</p> <p>Caractéristiques formelles :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dimension politique - Citoyenne - Critique de l'information des médias

<p>Qualité(s) de l'information</p>	<p><u>Informatique</u> (info-data) : Assimilée aux données, traitement de données, recherche d'information relative à l'usager.</p> <ul style="list-style-type: none"> Caractéristiques formelles - Usager - Personnalisation - Pertinence <p>Selon Rami Harrathi et Sylvie Calabretto : « La définition de la qualité est propre à l'utilisateur, c'est-à-dire relative à la satisfaction de ses besoins en termes de choix et d'appréciation des facteurs de qualité »</p> <p>Informations relatives à la satisfaction de ses besoins → Pertinence</p>
<p>Retour aux sources de la qualité documentaire</p>	
<p>Actualités et évolutions sur Internet : Le critère d'<u>universalité de l'information</u> remis en cause par :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La surabondance d'informations hétérogènes ou flux permanent (information locale, de proximité voire communautariste, selon sa géolocalisation) et sa fragmentation - La personnalisation <p>= « Particularisation » de l'information</p> <p>Utopie impossible pour la vision universaliste, humaniste et positiviste des fondateurs de la documentation (Otlet et Lafontaine), car :</p> <ul style="list-style-type: none"> Approches constructivistes ont montré le caractère contextuel de l'information Approches culturalistes ont montré le poids des différences culturelles <p>La critère « des informations vraies » de Paul Otlet : Mais la <u>vérité est relative et discutable</u>, il convient mieux : Exactitude et sincérité Cependant, « on peut se tromper en toute bonne foi », la sincérité n'est pas lié à la vérité.</p> <p>Selon François-Bernard Huygue : La vérifiabilité (vérifiable et falsifiable/réfutation) doit être « cohérente avec l'ensemble de ce que nous pouvons comprendre, sanctionné par l'expérience » (<i>Dans le labyrinthe</i>, p.135)</p> <p>Selon Brigitte Simonnot : Importance de la confiance/crédibilité Rôle capital du traitement documentaire (sélection, indexation, commentaire) réalisé par des médiateurs de l'information La « sûreté » d'une information dépend de l'autorité cognitive.</p> <p>Enjeux sur le web actuels : Nouvelles formes de garantie, certification, validation de l'information</p> <p>La complétude : Il faut que les informations soient complètes, structurées, hiérarchisées, n'omettant aucun élément important et faisant ressortir l'essentiel. Mise à mal sur le web. Cause : flux permanent, l'immédiateté et la fragmentation « La complétude s'estompe face à la prolifération d'informations fragmentaires et parfois hétérogènes. C'est donc à l'internaute de prendre le temps de recoller les morceaux pour leur donner du sens », selon Simonnot (<i>Dans le labyrinthe</i>, p.136) → Reporte sur l'utilisateur la charge des opérations de filtrage et d'évaluation, autrefois assurée par les médiateurs.</p>	
<p>La qualité de l'information orientée « usager »</p>	
<p>Distinction entre : l'approche des professionnels de l'information spécialisée et les usagers</p> <p>Selon Soo Young Rieh, il existe 2 périodes :</p> <ul style="list-style-type: none"> 1990 : pertinence : critères relevant la qualité et l'autorité, « bonne qualité » (<i>goodness</i>), la facilité d'usage, l'actualité et la validité, la qualité perçue ou attendue, la fiabilité, etc. 2000 : qualité de l'information et autorité cognitive 	

<p>Qualité(s) de l'information</p>	<p>Selon Robert S. Taylor, la qualité de l'information en relation avec le point de vue des usagers :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Critère usager : propriété relative à l'utilisateur - Excellence - Véracité (ou exactitude) <p>Point de vue de Rieh sur le postulat de Taylor : Les usagers, au cours d'une recherche d'information font constamment des jugements de valeurs sur les objets informationnels, qui sont au coeur même de l'interaction entre le système d'information et l'utilisateur. Jugements fondés sur des hypothèses conscientes et inconscientes de l'information trouvée.</p> <p>5 Jugements de valeurs par les usagers qui caractérisent une information de qualité : « une information sera de qualité si les usagers la jugent utile, bonne, actuelle, exacte et précise. » selon Rieh (<i>Dans le labyrinthe</i>, p.138)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Exactitude (Accuracy) - Complétude (Comprehensiveness) - Actualité de l'information (Currency) - Fiabilité (Reliability) - Validité (Validity) <p>Selon Taylor, il identifie 6 catégories de critères dans le choix d'une ressource par l'utilisateur (+ validité et fiabilité) :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Facilité d'utilisation - Réduction du bruit - Qualité - Adaptabilité - Gain de temps - Économie
	<p>La qualité de l'information professionnelle</p>
	<p>Caractéristiques d'une information de qualité du point de vue de l'information spécialisée. Optique info-documentaire (et non médiatique ou informatique)</p> <p>Une information trouvée sur le web peut potentiellement être « jugée de qualité » si elle correspond à l'ensemble ou a une large partie de ces 8 critères suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Information identifiée, sourcée : dont on peut facilement identifier l'auteur, la source - Information fiable (≠ véracité): critère central de la crédibilité. Une information jugée fiable est une « présomption » (= opinion fondée sur la vraisemblance), favorable de véracité. - Information apportant de la nouveauté : amène à enrichir les connaissances - Information précise, exacte et complète : aspects habituels des critères de la qualité d'information professionnelle traditionnelle définit par Otlet et rejoignant ceux de Taylor : l'exactitude et la complétude. - Information accessible : accessibilité à l'information, doit pouvoir être trouvée, localisée et accessible. (indexation sur le web, accès gratuit ou payant, accès réservé ou non, adaptation pour les personnes à handicap) - Information fraîche, actualisée : mise à jour, renouvellement. Caractère variable selon les domaines, situations, objectifs. - Information ayant un impact, un effet : utilité, en vue d'un objectif d'action ou de décision. - Information structurée, correctement rédigée et présentée : critères de formelles <p><u>Remarques préventives sur ces critères :</u></p> <p>La notion est bien plus complexe qu'une simple liste de critères C'est de leur combinaison que naît la qualité d'une ressource, ils ne sauraient être utilisés de manière isolée ou séparée Ne s'appliquent en dehors de leur contexte concret, il s'agit d'une propriété relative, dont l'appréciation varie selon un grand nombre de facteurs.</p> <p>Diversifiés, ils se complètent, s'enrichissent selon les domaines disciplinaires, thématiques de l'information. Différent de chaque domaine.</p> <p>Deux forces pouvant être contradictoires, ambivalentes dans la qualité de l'information :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un ensemble de caractéristiques intrinsèques, formelles, « idéal-type » (exactitude, actualité, etc.) - Adaptation à des besoins précis, locaux, contextuels, → subjectif.

Évaluation de l'information : notions

Pertinence(s)

Définition

Pertinence :

du latin *pertinere*, « aboutir à », « appartenir », « concerner »
 Au début du XIV^e : présomption, terme au sens moral péjoratif qui signifie « opinion fondée sur la vraisemblance. »
 1580 : définition moderne par Montaigne auteur des *Essais* : « **qualité de ce qui est approprié à son objet** ». (*Dans le labyrinthe*, p.143)
 Selon CNRTL : « Qualité de ce qui est adapté exactement à l'objet dont il s'agit ».
 En plus des acceptions (=sens particulier d'un mot) juridique et linguistique :
 « qualité de celui ou de ce qui fait preuve de bon sens, d'à-propos, de justesse », synonyme : compétence, sagacité.
 Selon B. Simonnot : « L'adéquation d'un document ou d'un objet informationnel à la demande d'un individu donné » (*Dans le labyrinthe*, p.144)
 Concerne **l'usage que fera** ou non **un usager des documents trouvés**
 « suppose un rapport avec des besoins (...) le plus souvent ceux de l'action ou de la décision » (p.142) par F.B Huygue

Relevance :

en anglais le terme vient de *relevare qui a donné relever* (en 1910 : « être du ressort, de la compétence de ».)
 CNRTL indique d'en français : *relevant, relevance = pertinence, portée, effet*.
 Selon B. Simonnot : « *L'adéquation d'un document ou d'un objet informationnel à un besoin d'information ou à une demande d'information en général* » (*Dans le labyrinthe*, p.144)
 Concerne **l'interaction entre l'utilisateur et le système de recherche** d'information

Pertinence et relevance : confondues dans le même terme français

Relevance	Pertinence
Adaptation Adéquation Rapport à l'objet « Ce dont la présence, l'absence modifie radicalement les effets ou la nature »	Qualité de justesse D'à-propos Sagacité (intuition, finesse d'esprit) Bien fondé

« Pour qu'un document *relevant* soit *pertinent* pour cet individu, il doit être compréhensible par lui et lié aux connaissances dont il dispose sur le sujet », précise B. Simonnot.

→ Adéquation à une requête, à un besoin, à un thème
 et son utilisation « judicieuse » (=jugé bon, sensé) par un individu capable d'intégrer l'information

Un document peut se montrer **relevant** par rapport à sa représentation, à la requête, au thème et s'avérer **non pertinent** par rapport au besoin d'information de l'utilisateur, à son contexte, à sa tâche.
 Car seul un individu précis, à un moment précis, dans un contexte précis est en mesure d'évaluer cette *pertinence*.

« La » notion-clé des sciences de l'information

Concept au coeur de la recherche d'information (*information retrieval*), constitue la finalité et le concept organisateur (se décline de multiples manières dans l'ensemble du processus de recherche d'information)

« **Correspondance existant entre un document et une question**. Est mesurée dans un système d'information par les taux de précision et de rappel. », selon les dictionnaires spécialisés en information-documentation.

Bruit et silence :

- Bruit : Documents retrouvés mais non pertinents
- Silence : Document pertinents mais non retrouvés

L'élimination ou la réduction de ces deux indices définissait la pertinence (*relevance*) d'un système documentaire.

Pertinence(s)	<p style="text-align: center;">Les sept pertinences de Mizzaro</p> <p>Étude de Stefano Mizzaro « Relevance : The whole history » 1997</p> <p>Cas où l'utilisateur est en difficulté face à des ressources :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Usager formulant mal sa requête, trouve un résultat non adapté et portera un jugement négatif l'outil ou du corpus documentaire. - Usager trouvant des résultats crédibles, portant bien sur son thème de recherche mais ne correspondant pas son niveau ou à son objectif jugera ces documents « non pertinents ». <p><u>Multiplicité de 7 types de pertinences :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - le Document (<i>Document</i>) - la Représentation du document (<i>Surrogate</i>) - l'Information (<i>Information</i>) - le Problème à résoudre (<i>Problem</i>) : nécessitant une recherche d'information - le Besoin d'information (<i>Information need</i>) : représentation du problème dans l'esprit de l'utilisateur - la Requête (<i>Request</i>) : représentation du besoin d'information, choix de mots-clés - la Question (<i>Query</i>) : la représentation de cette requête selon la syntaxe d'un SRI (Système de Recherche d'Information) <p><u>Pertinence de « relations entre deux entités de groupes »:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - le Domaine ou Thème (<i>Topic</i>) - la Tâche (<i>Task</i>) - le Contexte (<i>Context</i>) <p><u>Pertinences par B. Simonnot et Sylvie Dalbin :</u> (types pas forcément concernés par l'évaluation de l'information!)</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Pertinence – système</u> : (datas, n'intervient pas sur l'évaluation de l'information) <ul style="list-style-type: none"> - <u>Mesures de classement</u>, élimination du bruit et du silence. Taux de rappel (<i>recall</i>) élevé = taux de silence est réduit La précision (<i>precision</i>) est le rapport du nombre de documents pertinents trouvés par le SRI. (exemple : sur 100 documents, 30 documents sont pertinents, cela signifie que la précision est de 30 % et que le bruit est de 70 %) - <u>Indexation</u> : la représentation du document par rapport au thème dont il est porteur. (indexation automatique vs manuelle) • <u>Pertinence – utilisateur</u> : choix des mots clés, syntaxe d'interrogation, utilisation des opérateurs de recherche, techniques de filtrages, etc. Conditionnent la pertinence des résultats. Connaissance du domaine et maîtrise des fonctionnalités de recherches. Dépend des compétences de l'utilisateur et du SRI par l'ergonomie des interfaces, les fonctionnalités de recherches, possibilités de filtrages, etc. <ul style="list-style-type: none"> - <u>Formulation de la requête</u> : modalité essentielle de la pertinence globale. «La puissance et le génie des moteurs de recherches peuvent nous afficher des résultats pertinents, même à partir d'une requête mal formulée !» Découverte inattendue, au hasard qui nous semble utile : <i>sérendipité</i>. Guidé par l'intuition. - <u>Présentation des résultats</u> : formes (linéaire, cartographique), degré de précision (résumés automatiques,...), ergonomie des interfaces (affichage, lisibilité des résultats). Concerne le SRI, ce type de pertinence ne concerne qu'indirectement l'évaluation de l'information (évaluation de l'interface) → sélection et consultation des résultats (concerne l'utilisateur) - <u>Document par rapport au besoin</u> : pertinence du document par rapport au besoin de l'utilisateur. Un document peut se montrer <i>relevant</i> par rapport à sa représentation, à la requête, au thème et s'avérer non pertinent par rapport au besoin d'information de l'utilisateur, à son contexte, à sa tâche. Car seul un individu précis, à un moment précis, dans un contexte précis est en mesure d'évaluer cette pertinence. • <u>Pertinence – thème ou sujet</u>: <ul style="list-style-type: none"> - <u>Document par rapport au sujet</u> : Pertinence du contenu, de la valeur d'un document ou d'une information par rapport au thème traité (critères pris en considération : la crédibilité de la source, l'autorité, la qualité du contenu, sa densité, son exactitude, le caractère de nouveauté de l'information, etc.)
---------------	--

Pertinence(s)	<p>Pertinence-sujet ≠ Pertinence liée au besoin Pertinence ≠ Qualité</p> <p>- <u>Choix de l'outil par l'utilisateur</u> : « la loi du moindre effort » est souvent appliquée par les usagers. Parce qu'il est habitué, familier à l'outil, et non parce qu'il est plus adapté au problème à résoudre.</p>
	<p style="text-align: center;">Les strates de pertinences par Saracevic</p> <p>Tefko Saracevic, chercheur aux États-Unis a élaboré en 1996 et 1997 une modélisation des différentes interactions entre l'utilisateur et le système de recherche d'information (SRI), en lien avec la phénoménologie du philosophe Alfred Schütz et de sa théorie sur la pertinence.</p> <p>« <u>Stratified model of relevance interactions</u> » Étude fondée sur une stratification des multiples réalités techniques présentes au cours d'un processus de recherche d'information.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Système (<i>System</i>) <ul style="list-style-type: none"> - <u>Contenu (<i>Content</i>)</u> : lié au contenu, aux ressources et à leur description - <u>Traitement (<i>Processing</i>)</u> : pertinence algorithmique qui concerne le traitement des requêtes par le SRI - <u>Pertinence du matériel (<i>Engineering</i>)</u> : connexions et matériels utilisés - Usager (<i>User</i>) séparé du SRI par le niveau de l'interface (<i>Surface Level</i>) <ul style="list-style-type: none"> - <u>Formulation de la requête (<i>Query</i>)</u> - <u>Pertinence cognitive (<i>Cognitive</i>)</u> : « l'état de connaissances et le besoin d'information de l'utilisateur » / Pertinence – utilisateur (B. Simonnot et S. Dalbin) : celle de l'adéquation du document au besoin d'information de l'utilisateur, à son niveau de connaissances, mais aussi à la qualité de l'information et à la structure des ressources. - <u>Pertinence affective ou motivationnelle</u> : « relations entre les intentions, les buts et les motivations de l'utilisateur ». Croyance, sentiment, opinions, valeurs. → subjectivité. - <u>Pertinence situationnelle (<i>Situational or Utility</i>)</u> : contexte et document, concerne la valeur de l'usage, l'utilité des documents (tâche précise), utilisation concrète par un utilisateur dans un contexte précis (multiplicité et diverses situations et contextes impossibles à formaliser ou à définir) <p>Géolocalisation : enjeu et pertinence importants. Situation, proximité.</p> <p>Strates interdépendantes : chacune interfère avec les autres.</p> <p>La notion de pertinence dans l'évaluation de l'information :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Préciser le rapport à quel entité du processus de recherche d'information (le besoin d'information, le contexte, la tâche, le sujet, etc.) « Quelle pertinence s'agirait-il d'évaluer ? » - Formation des élèves et des étudiants: prendre conscience de la complexité et signification des notions-clés. Former les élèves à la culture informationnelle, à la diversité des types de pertinences. - L'impossibilité de réaliser une modélisation théorique globale de la pertinence. « Une même information peut être pertinente pour un individu mais non pour un autre, elle peut être pertinente à un moment donné mais pas à un autre moment. » (<i>Dans un labyrinthe</i>, p.154) Caractère labile, qualité subjective.
	<p style="text-align: center;">La théorie pragmatique de la pertinence</p> <p>Élaboration d'une théorie : Unifiant les travaux sur le comportement de recherche des usagers de l'information (en sciences humaines et sociales) et ceux qui cherchent à concevoir des systèmes informatisés opérationnels pour les aider dans leurs quêtes (en informatique et IA) :</p> <p style="text-align: center;"> <u>Pertinence dans les processus de recherche d'information</u> : Objet de recherche commun aux sciences de l'information <u>Pertinence dans les systèmes de recherche d'information</u> : Informatique <u>Pertinence dans les usages informationnels</u> : sciences humaines et sociales <u>Pertinence dans la communication orale et la pragmatique linguistique (Sperber et Wilson)</u> </p> <p><u>Théorie de la pertinence</u>, 1989 Dan Sperber, anthropologue et linguiste français Deirdre Wilson, chercheuse britannique en psychologie et sciences du langage Placent le concept de pertinence dans l'étude des interactions orales, par la réflexion pragmatique de la théorie des actes de langage de John Langshaw Austin (Paris, 1970).</p>

<p>Pertinence(s)</p>	<p><u>La pertinence dans la communication orale</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Situation ou contextes - Hypothèses faites à partir de ce contexte par les locuteurs <p>D'après Gwénolé Fortin, le contexte d'une interaction se définit par l'idée de la réalité que pense l'interlocuteur qui n'est pas forcément vraie, mais ce dont en quoi il accorde un degré de plausibilité, une hypothèse qui leur semble juste.</p> <p>Interaction orale : dialogue, double jeu des hypothèses, interférences, contexte modifié par les énoncés, informations données.</p> <p>« Plus les informations qu'amène un énoncé modifient le contexte, plus cet énoncé est pertinent. » Un énoncé qui apporte une information liée au contexte mais déjà acquise n'est plus pertinente.</p> <p>La pertinence définie comme : « une relation entre une hypothèse et un contexte », par Simonnot.</p> <p>Deux variables :</p> <p><u>L'effet</u> : « L'effet cognitif d'une proposition dans un contexte donné est l'ensemble de proposition que l'on peut inférer d'elle quand elle est jointe à un contexte, et que l'on n'inférerait pas du seul contexte. » (Gwénolé Fortin)</p> <p>« Il y a production d'effet cognitif positifs si l'information traitée permet à l'individu d'ajouter une ou des hypothèses nouvelles à sa représentation du monde, de modifier sa force (renforcement ou affaiblissement) d'hypothèses qu'il entretenait antérieurement ou d'éliminer des hypothèses anciennes. » (Francine Cloutier « La clarté, pour qui ? », 2001.)</p> <p><u>L'effort cognitif</u> : notions de coûts et effets cognitifs Le coût est l'effort nécessaire à l'interprétation. Plus les efforts requis pour obtenir l'information sont élevés, moins l'information est pertinente. L'effort cognitif doit être proportionnel au traitement. (ex : « du moindre effort » : énoncé ou l'information est direct et énoncé qui demandent une réflexion = moins pertinent)</p> <p><u>La pertinence de l'énoncé verbal</u>, selon Rachid Kandaroun :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Propriété d'ostension : L'énoncé du locuteur manifesté doit être intentionnel et ayant une volonté de lui communiquer quelque chose - Message significatif : L'énoncé doit activer une hypothèse contextuelle et doit avoir un contenu significatif pour le destinataire - Effet importants et effort moindre : L'énoncé sera d'autant plus pertinent si les effets contextuels sont importants en termes d'enrichissement-élargissement de l'environnement cognitif et que l'effort pour traiter l'information est moindre. <p>Théorie pragmatique ne s'appliquant pas nécessairement à tous les champs théoriques. (communication orale ≠ communication écrite)</p> <p><u>Pertinence d'un document</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Critère de nouveauté : Apport d'éléments nouveaux, adaptés au monde cognitif de l'individu et au contexte précis. - Effort cognitif : effort de traitement moindre <p>Équilibre exigé entre ces deux notions, sinon la pertinence est remise en doute par l'individu. Une information ne demandant aucun effort de traitement (par exemple parce qu'elle est déjà connue) ne sera pas pertinente, car elle n'aura aucun effet cognitif. À l'inverse une information, présentant un caractère de nouveauté radicale (contraire à tout système cognitif de ce même individu), inassimilable ou demandant un effort cognitif trop important ne sera pas non plus, perçu comme pertinent.</p> <p>Caractéristiques épistémologiques (=théorie de la connaissance, origine logique) de la notion d'information :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aspects d'utilité - Aspects de nouveauté - Aspects de décision - Aspects d'action
----------------------	--

