

Curator / Curation

Description

Deux termes anglais, comme il y en a beaucoup pour désigner les usages du Web. Être *curator*, proposer une *curation*, c'est en quelque sorte retrouver le sens des tout premiers annuaires proposés sur le Web, avant que n'apparaissent les moteurs de recherche et leurs algorithmes. Il s'agit tout simplement, pour le *curator*, de lister des liens, donc des sites ou des contenus sur le Web, et d'en organiser la mise à disposition, comme pouvait le faire Yahoo! à son lancement. L'acronyme du célèbre portail, même si son exactitude est contestée, en témoigne : *Yet Another Hierarchical Officious Oracle*.

Le terme *curator*, avant d'être utilisé pour indiquer un nouveau type d'activité sur Internet, désignait simplement le conservateur de musée ou le commissaire d'exposition, celui qui sélectionne, au sein d'un fonds, les œuvres qui constitueront une exposition, une salle de musée. La fonction éditoriale du *curator* est donc évidente, et c'est cette fonction qui caractérise le *curator* d'Internet.

La *curation* sur Internet consiste en effet à établir une sélection de liens, de contenus (textes, sons, vidéos) répétés dans la multitude des informations existantes, sélection organisée autour d'une thématique précise. Il s'agit d'un recensement critique qui pointe vers des sources méritant, selon le *curator*, d'être découvertes en ligne. Le *curator* se positionne d'emblée comme un prescripteur, comme le découvreur de l'information pertinente mais parfois inaccessible par les moyens traditionnels de navigation. Il peut être expert en son domaine, ou simple internaute passionné : il sera demain probablement *curator* professionnel.

Le *curator* serait donc, de ce point de vue, l'une des conséquences logiques du Web participatif parce que celui-ci pousse la mise à disposition des informations jusqu'à ses limites : le trop-plein d'information lié à la publication par les internautes de leurs propres contenus, la difficulté croissante à séparer le bon grain de l'ivraie. Comme l'information est de plus en plus souvent publiée avant d'être filtrée et sélectionnée, le *curator* apparaît en réaction pour réintroduire une sélection dans les pages du Web. En même temps, l'émergence des *curators* témoigne des limites des moteurs de recherche, confrontés à la pollution du Web (voir *supra*), ainsi qu'aux contraintes de leurs algorithmes. En effet, les moteurs de recherche hiérarchisent l'information, mais ils n'ont pas encore la capacité critique pour la trier selon des opinions ou des goûts plus spécialisés ou confidentiels, ce que ne traduit pas correctement la statistique sur les requêtes et les liens cliqués.

Le *curator*, c'est donc l'agregateur humain, doué d'une capacité d'analyse critique, qui propose sa propre revue du Web. Cette source nouvelle de hiérarchisation de l'information révèle en creux la crise que connaît le Web en tant que vecteur d'information. Tout d'abord, avec la multiplication des informations produites par les internautes, qu'ils soient blogueurs, qu'ils alimentent leurs profils personnels

sur les réseaux sociaux, qu'ils *twittent* ou contribuent à des fermes de contenus, le Web devient « immatrisable » pour ses utilisateurs et les internautes retrouvent le goût pour les médiateurs, le *curator* étant un médiateur d'un genre nouveau. L'émergence du *curator* rappelle également les difficultés de la presse sur Internet : plutôt que de se fier à un journaliste et de privilégier les articles des sites de presse, l'internaute peut se tourner vers un *curator*, qui organisera pour lui son accès à l'information.

En matière d'usage, la *curation* ne fait toutefois que prolonger le *bookmarking* ou le journalisme de liens, décrit par Jeff Jarvis, tout en répondant à une urgence nouvelle liée à la prolifération des *posts* en tout genre (chaque seconde, 3 282 *tweets* sont postés sur Twitter selon Guillaume Decugis, fondateur de la plateforme de *curation* scoop.it). Cette urgence fait ainsi émerger un nouvel espace de recommandation, où ce n'est plus le journaliste qui indique à ses lecteurs quels sont les sites à visiter (journalisme de liens), mais bien un individu identifié, avec sa notoriété, sa signature, son expertise, sans dépendre d'un organe d'information.

Les plateformes de *curation* se multiplient pour attirer ces rédacteurs en chef d'un nouveau genre (scoop.it, mais aussi storify, curated.by) : elles proposent des espaces à des *curators* potentiels et fédèrent ensuite leurs contributions, s'imposant comme une porte d'entrée unique pour ce nouveau type de recherches sur Internet. Paradoxalement, comme chacun peut s'improviser *curator*, le risque est de voir ces plateformes susciter une prolifération de vocations, qui finira par imposer aux *curators* les mêmes contraintes que celles auxquelles ils sont censés remédier : le trop-plein de l'offre.

Sources :

- « L'ère des curators aurait-elle sonné ? », par Guillaume Decugis, CEO de Goojet, fondateur de scoop.it, www.techcrunch.com, 25 novembre 2010.
- « La curation, nouvelle spécialité du Web ? », Méliсса Bounoua avec Charles Dufresne, *20 Minutes*, 8 février 2011.

Categorie

1. A retenir
2. Repères & tendances

date créée

20 mars 2011

Auteur

alexandrejoux