

RÔLE DES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION DANS UN SYSTÈME INTÈGRE D'INFORMATION ET D'ORIENTATION



A.G. Watts

National Institute for Careers Education and Counselling, United Kingdom

*Document préparé pour un examen des politiques concernant les services d'information,
d'orientation et de conseil*

A la demande de la Commission Européenne et de l'OCDE

Novembre 2001



RÉSUMÉ

- Les TIC sont largement utilisées dans la prestation des services d'information et d'orientation professionnelles. Cette utilisation couvre une large gamme d'applications.
- Parmi les grandes tendances, on peut citer une plus grande accessibilité et interactivité des TIC et l'origine plus diffuse des ressources fondées sur ces technologies.
- Le rôle des TIC dans l'orientation peut se décliner en trois variantes : un instrument, une solution de rechange ou un agent de changement. Compte tenu de l'accroissement des sites Internet et des lignes d'assistance, qui sont des formes de services assurées au moyen des techniques, les TIC offrent des possibilités de changement qui n'ont jamais été aussi grandes.
- Le téléphone, les sites Internet et le courrier électronique, parallèlement aux dispositifs en face à face, pourraient être d'autres formes de services possibles, ou des portails donnant accès à un vaste réseau de services flexibles et bien harmonisés. L'action des pouvoirs publics peut favoriser ou entraver cette harmonisation.
- Les pouvoirs publics pourraient jouer plusieurs rôles à l'égard des services d'orientation et d'information fondés sur l'utilisation des TIC et notamment financer ces prestations dans le cadre du budget général alloué aux services d'orientation et d'information ; ils pourraient aussi se borner à financer les secteurs où le jeu des mécanismes du marché a échoué et/ou à assurer qualité

1 INTRODUCTION

Les technologies de l'information et de la communication (TIC) entraînent une transformation des services d'information et d'orientation, au même titre que dans d'autres secteurs (par exemple la banque et la santé). Cela pose des problèmes majeurs aux responsables des politiques publiques. Dans quelle mesure l'investissement dans les TIC améliore-t-il l'efficacité de ces services ? Doit-il être vu comme une alternative par rapport aux services qui comportent un contact personnel, ou comme un moyen d'améliorer la qualité de ces services ? Quels sont les rôles respectifs des pouvoirs publics, des professionnels de l'orientation et du secteur privé dans le développement de l'application des TIC dans ce secteur ?

Cette note aborde ces problèmes et quelques autres. Elle étudie en premier lieu l'évolution des TIC et leur utilisation actuelle pour l'information et l'orientation. Elle examine ensuite les types d'utilisateurs qui ont particulièrement recours à des systèmes informatisés et comment ces systèmes peuvent aussi bien étendre que restreindre l'accès à l'information et à l'orientation. Le document aborde ensuite la question de savoir comment les TIC peuvent compléter d'autres modes de délivrance de ces services et/ou être intégrés avec eux. Enfin, il évoque un certain nombre de problèmes essentiels qui se posent aux politiques publiques en ce qui concerne le rôle des TIC dans les systèmes nationaux et régionaux d'information et d'orientation.

2 L'EVOLUTION DES TECHNOLOGIES

On peut distinguer quatre phases dans l'évolution des applications des TIC en matière d'information et d'orientation. La première était celle de l'informatique *centralisée*, depuis le milieu des années 60 jusqu'à la fin des années 70. Un certain nombre de systèmes d'orientation assistés par ordinateur ont été élaborés et ont montré le potentiel de ces technologies. Mais les coûts d'une interaction directe avec l'ordinateur impliquaient que les seuls systèmes susceptibles d'une large utilisation du point de vue du coût étaient fondés sur un traitement séquentiel. Le caractère statique de ce processus et les délais nécessaires au retour de l'information limitaient le recours à ces systèmes.

La seconde phase a été celle du *micro-ordinateur*, depuis le début des années 80 jusqu'au milieu des années 90. L'avènement du micro-ordinateur a rendu l'utilisation interactive beaucoup plus économique et a facilité la création et la diffusion de programmes simplifiés ; son attrait s'est accru avec l'arrivée de micro-ordinateurs plus puissants. Il en est résulté une croissance substantielle du nombre de systèmes d'orientation assistés par ordinateur et de leur utilisation. Avec les années 90, il devenait difficile de trouver dans un pays développé quelconque un service d'orientation qui n'avait pas recours à ces systèmes.

La troisième phase a été celle de l'utilisation d'*Internet* à la fin des années 90. L'arrivée d'Internet signifiait qu'au lieu de systèmes de libre accès, situés dans des centres d'orientation, on pouvait créer des sites Internet accessibles instantanément par les individus à partir d'une grande diversité de lieux, y compris leur domicile. La facilité de développement de ces sites a entraîné une croissance massive de leur nombre. La facilité d'interconnexions entre eux impliquait qu'il n'était plus nécessaire de les considérer comme des entités distinctes. Plutôt que de voir les TIC comme un service provenant de fournisseurs extérieurs, les services d'orientation ont commencé à créer leurs sites propres sur la Toile.

La quatrième étape est celle du *numérique* dans laquelle nous entrons actuellement. Les technologies distinctes, jusqu'ici à caractère analogique, que constituaient l'ordinateur, la télévision et le téléphone sont en train de fusionner dans un ensemble numérique intégré (Cunningham et Fröschl, 1999). Chaque individu peut maintenant accéder à Internet, non seulement à partir de son ordinateur personnel, mais aussi par la télévision et le téléphone mobile. L'élargissement considérable de la largeur de bande permettra bientôt d'accélérer la vitesse et d'accroître la capacité de transmission vidéo et audio, aussi bien que celle des textes.

L'examen de ces quatre phases permet de discerner trois grandes tendances. La première est l'*accessibilité* accrue. Alors qu'au départ les services d'orientation et d'information fondés sur les TIC n'étaient accessibles que dans un petit nombre de centres équipés, ils sont maintenant disponibles, non seulement dans la plupart des services d'orientation, mais aussi dans un large éventail d'autres lieux : à domicile, sur les lieux de travail, ou dans des locaux collectifs. La seconde tendance concerne une *interactivité* accrue. Au cours des premières phases, des systèmes distincts étaient mis en place, n'offrant qu'une interactivité limitée avec les utilisateurs. Aujourd'hui, les systèmes sont très interactifs, non seulement avec les utilisateurs, mais aussi les uns avec les autres et entre différents médias. La troisième tendance résulte de l'*origine* diversifiée des dispositifs d'information. Alors que les premiers systèmes d'orientation assistés par ordinateur étaient créés par de grands organismes disposant d'importantes ressources, n'importe qui peut aujourd'hui créer son propre site Internet. Cela a entraîné un développement important des activités du secteur privé dans ce domaine, ce qui a des conséquences pour les politiques publiques, comme on le verra dans la suite de cette note.

3 LES APPLICATIONS

Les moyens d'information et d'orientation recourant aux TIC en Europe ont été classés par Offer (1997) en relation avec le modèle DOTS élaboré par Law et Watts (1977) : conscience de soi, connaissance des différentes possibilités, aide à la décision et à la mise en pratique de ces décisions.

Les moyens concernant la *conscience de soi* visent à aider les utilisateurs à procéder à leur auto-évaluation et à définir leur profil d'une manière qui puisse être reliée à leurs possibilités de formation et d'emploi. Ces moyens vont de simples questionnaires d'auto-évaluation à des tests psychométriques. Ils comportent également des approches plus ouvertes de brassage d'idées.

Les moyens concernant la *connaissance des différentes possibilités* comportent des banques de données sur les formations et/ou les emplois accessibles avec un menu fondé sur les critères de recherche, qui permet à l'utilisateur de trouver les données correspondant à ses besoins. Les banques de données peuvent porter sur les institutions ou les programmes de formation ; les métiers et emplois, les employeurs ou les offres d'emploi ; les possibilités de travail bénévole ; et les informations sur la création d'un emploi indépendant. Certaines banques comportent des données concernant l'offre et la demande sur le marché du travail. Il existe aussi quelques exemples de simulation d'une activité professionnelle qui permet aux utilisateurs d'explorer certains domaines professionnels de manière pratique.

Les moyens concernant l'*aide à la décision* comportent des systèmes qui permettent de confronter le profil personnel des utilisateurs aux offres d'emploi ou aux possibilités de formation. Le résultat est une liste des

possibilités qui correspondent plus précisément au profil¹. Il s'agit aussi de systèmes d'aide à la décision indépendants du contenu, destinés à aider les utilisateurs à explorer les options possibles d'une manière systématique, en tenant compte à la fois des avantages d'une option et de la probabilité de la voir se réaliser.

Enfin, d'autres moyens sont destinés à aider les utilisateurs à *la mise en pratique de leurs décisions*. Ils peuvent comporter une aide à l'élaboration de plans d'action, la préparation de curriculum vitae, la rédaction de formulaires de candidature et la préparation d'entretiens d'embauche. Il peut également s'agir d'aider à trouver des financements pour une formation, ou pour la création d'un emploi indépendant.

Du point de vue des politiques publiques, il est important de tenir compte de l'éventail de ces applications. Les mesures prises (voir ci-dessous) sont souvent limitées à un choix restreint, par exemple de banques de données.

De nombreux progiciels et sites Internet ne traitent que d'un ou deux éléments, d'autres d'un plus grand nombre. A l'époque des systèmes d'orientation assistés par ordinateur sur des unités centrales ou sur des micro-ordinateurs, il a été débattu des avantages relatifs des *mini* systèmes, chacun traitant d'une fonction particulière de l'orientation et des *maxi* systèmes qui cherchent à remplir le plus grand nombre possible de fonctions et à apporter de nouvelles possibilités (DISCOVER et SIGI aux Etats-Unis, CHOICES au Canada et PROSPECT (HE) au Royaume-Uni sont des exemples marquants de maxi systèmes). Certains soutiennent qu'une pluralité de mini systèmes encourage la diversité et le choix, ce qui permet aux utilisateurs de faire le choix d'un mélange de systèmes qui répond à leurs besoins. D'autres pensent que les maxi systèmes permettent aux utilisateurs de se déplacer sans discontinuité entre différentes fonctions, ce qui évite les contradictions sémantiques et les ruptures conceptuelles. Ils systématisent le processus de décision d'orientation dans toute son ampleur et sa complexité (Jackson, 1993 ; Watts, 1993). L'arrivée d'Internet a permis de construire des quasi maxi systèmes sur Internet, avec ce qu'Offer a appelé un modèle de « Lego » - pièce par pièce, quelquefois grâce à des liens avec d'autres sites.

La possibilité de développer des systèmes fondés sur les TIC qui portent sur l'ensemble du processus d'orientation pose la question de savoir comment ces moyens sont liés au rôle du conseiller. Jusqu'à quel point devraient-ils être considérés, pour certains usagers tout au moins, comme une *alternative* au conseiller ? A quels utilisateurs cela convient-il ?

1. Offer, 1997 place ces systèmes dans une catégorie distincte.

4 LES USAGERS

Traditionnellement, la plupart des services d'orientation ont été conçus sur la base d'entretiens individuels. Les modèles utilisés pour ces entretiens sont variables : il peut s'agir de diagnostics suivant lesquels le conseiller analyse les caractéristiques de la personne et fait des recommandations appropriées ; ou d'approches centrées sur cette personne, par lesquelles le conseiller l'aide à s'analyser, ainsi qu'à étudier les possibilités qui s'offrent à elle, pour qu'elle prenne elle-même une décision. Au cours des dernières années cependant, beaucoup de pays se sont orientés vers un modèle professionnel plus ouvert, suivant lequel le conseiller travaillant avec un usager individuel, dans un vide psychologique, est remplacé ou complété par une approche plus large, utilisant un éventail plus diversifié d'interventions (exemple programme d'enseignement, groupes de travail et recours à des moyens informatisés). L'accent est mis davantage sur l'individu comme agent actif, plutôt qu'élément passif du processus d'orientation (Watts *et al*, 1993). Dans cette perspective, certains services d'orientation se sont éloignés du modèle de l'entretien prolongé pour aller vers des dispositifs d'accès ouvert : des salles d'information contenant des équipements informatiques et d'autres moyens, avec la possibilité d'entretiens brefs et informels, les entretiens prolongés restant possibles comme un moyen complémentaire pour ceux qui en ont besoin (exemple Watts 1997).

Pour rationaliser ce type de modèle, Sampson *et al* (1999a et 1999b) considèrent qu'un processus de sélection est nécessaire. Ils distinguent trois niveaux de services. Les personnes qui paraissent au départ être *très bien* préparées à une décision sont adressées à des services de recherche *autonome* : des salles de documentation professionnelle et des sites Internet conçus pour les aider à choisir, à localiser et à utiliser les différents moyens avec peu ou pas d'aide du personnel. Celles qui sont à un niveau *intermédiaire* de préparation sont adressées à des services d'*aide ponctuelle* : l'utilisation des moyens est guidée par des praticiens et complétée par des travaux en groupe. Celles qui sont *insuffisamment* préparées à une décision sont orientées vers des services de *conseil individuel* comportant également des groupes de plus longue durée. Suivant le type de population, les estimations de la proportion qui ont besoin de ces services diminuent de 10 à 50 pour cent, les autres se répartissant entre les deux premières catégories. Il existe une série de mesures du degré de préparation des usagers à partir de divers éléments (par exemple le degré de certitude ou d'indécision sur l'orientation professionnelle, l'identité professionnelle, des perceptions irréalistes de leur avenir professionnel), qui permettent d'aider au processus de sélection (Sampson *et al* 1999b). Des données telles que l'âge, la situation socio-économique, le sexe et le niveau d'éducation constituent des approximations pratiques sur le plan administratif, mais ne conviennent pas sur le plan conceptuel pour ce type de mesure. Le choix de ces éléments est essentiel pour la conception de ces services. Une autre question importante pour les politiques publiques consiste à savoir si les décisions sur le degré d'intervention du personnel doivent être prises par les responsables des politiques ou par le personnel d'orientation en fonction de ratios, ou bien par une négociation des conseillers avec les usagers, ou encore par les usagers eux-mêmes.

Des modèles de sélection de ce type étaient initialement conçus pour des usagers qui rendaient visite à des centres d'orientation. Mais les TIC permettent aujourd'hui en plus de servir des personnes qui ont des difficultés pour se rendre dans les centres d'orientation, soit qu'elles vivent dans des régions isolées par exemple, ou qu'elles souffrent d'un handicap, ou qu'elles soient tenues de rester à leur domicile pour d'autres raisons, ou ne soient pas disponibles durant les heures d'ouverture des centres. L'orientation à distance, par téléphone ou par Internet, permet d'offrir des services d'orientation dans des lieux reculés avec ou sans l'aide directe du personnel.

De plus, certaines personnes peuvent *préférer* utiliser des services à distance. Dans tous les domaines, des consommateurs souhaitent de plus en plus être servis au moment où ils en ressentent le besoin, avec le

minimum de délai et d'efforts : ils veulent en disposer *ici et maintenant*. Ils peuvent être prêts à se rendre physiquement dans des centres d'orientation, lorsque c'est pratique et que cela semble apporter une valeur ajoutée, mais leur mode de décision dans ce domaine tend à être de plus en plus discriminatoire. Il peut être influencé par le style d'apprentissage qui leur convient le mieux. Par exemple, Sampson (1999a) suggère – en utilisant la typologie des personnalités de Holland (1973) – qu'un individu enclin à la recherche, qui a l'habitude de recourir à la résolution de problèmes de manière indépendante, peut préférer utiliser Internet pour obtenir des informations et des services d'orientation professionnelle et en tirer un meilleur parti. Au contraire, une personnalité sociable, qui est volontiers en relation avec d'autres pour la résolution de ses problèmes peut préférer s'entretenir avec des conseillers et avec d'autres usagers dans un centre, ce qui lui sera plus profitable.

A ces différents points de vue, les TIC offrent un potentiel sensiblement plus important d'accès aux services d'orientation, en permettant de se libérer des contraintes de temps et d'espace. Mais il peut cependant y avoir des restrictions à l'accès aux moyens informatisés. Le fait que les progrès d'Internet peuvent aggraver les inégalités entre ceux qui ont facilement ou non accès à l'information est une source fréquente de préoccupation. Il en est de même des inégalités entre les pays industrialisés et les pays en développement, entre les riches et les pauvres dans chaque pays et entre ceux qui sont plus ou moins aptes à utiliser la technologie (OCDE, 2000). Aux Etats-Unis par exemple, les ménages dont le revenu est au moins égal à 75 000 dollars ont 20 fois plus de chances d'accéder à Internet que ceux qui se situent dans les tranches de revenu les plus faibles et ont neuf fois plus de chances d'avoir un ordinateur à domicile (cité par Lee, 2000). L'accès de plus en plus fréquent à Internet par la télévision et le téléphone devrait vraisemblablement réduire ces écarts. Les bibliothèques et autres sources publiques d'information peuvent aussi jouer un rôle important. Mais pour l'instant les écarts restent importants.

5 INTEGRATION

5.1 Niveaux d'intégration

La plupart des systèmes d'orientation assistés par ordinateur ont été conçus pour pouvoir être utilisés de manière autonome, sans soutien du conseiller. En général cependant, la plupart des commentaires sur l'utilisation de ces systèmes recommandent de les intégrer dans des services d'orientation plus larges. Il existe trois modèles de ce type d'intégration. Le premier est le modèle comportant *un soutien*, suivant lequel l'utilisateur est rencontré, généralement pour un court moment, avant et/ou après avoir utilisé le système. Le second est un modèle *intégré*, suivant lequel le système est utilisé dans le cadre d'une autre intervention d'orientation – durant un cours par exemple ou au cours d'un entretien de conseil, qui permet à l'utilisateur et au conseiller de se servir ensemble du système. Si cette technique peut être très fructueuse, elle signifie également que, loin de réduire le temps que le conseiller consacre à chaque usager, le système peut au contraire l'accroître. Le troisième modèle est *progressif*. Dans ce cas, l'utilisation du système est précédée et/ou suivie d'autres interventions d'orientation – entretiens, travail en groupe, méthodes fondées sur la pratique telles qu'une initiation pratique au travail et l'observation en poste de travail – dans une séquence progressive (Watts, 1996a). L'une des fonctions du processus de sélection proposé par Sampson *et al* (1999a ; 1999b) consiste à définir ce type de séquence en fonction des besoins de l'utilisateur.

Ces modèles peuvent également s'appliquer aux sites Internet, mais les niveaux d'intégration dans ce cas peuvent être beaucoup plus importants. Sampson (1999a) distingue les sites *indépendants* qui permettent une utilisation autonome et peuvent être étendus à une grande diversité d'organismes commerciaux, publics et autres et les sites *intégrés* qui sont élaborés pour les centres d'orientation professionnelle. Les sites intégrés sont particulièrement importants pour les centres d'orientation professionnelle, car ils se situent à l'interface entre d'une part les services locaux avec un contact personnel et d'autres ressources de leurs centres et d'autre part les services indépendants sur Internet – qui ont souvent un caractère national ou international – et qui proposent une riche gamme de ressources supplémentaires, mais peuvent également être considérés comme une concurrence. Grâce à leurs sites, les centres d'orientation professionnelle peuvent trouver les ressources « globales » qu'ils souhaitent utiliser (certaines grâce à de simples liens techniques, mais souvent en ayant recours à des dispositifs de partenariat commercial ou non-commercial) puis les intégrer avec leur offre locale. Ils peuvent ainsi combiner une technologie avancée avec une utilisation poussée de l'informatique (Offer *et al.*, 2001).

5.2 Rôles des sites intégrés

Offer et Sampson (1999) suggèrent que les centres d'orientation peuvent remplir au moins cinq fonctions différentes. La première consiste à *canaliser* les recherches sur leurs services qui ne sont pas connectés, afin d'accroître le recours à ces services. La seconde est de servir de *diversion*, en s'efforçant de réduire la pression des services qui ne sont pas en ligne, en détournant les usagers vers d'autres ressources, généralement sur Internet, qui peuvent répondre à leurs besoins. La troisième est un renforcement de ces diversions, en cherchant à offrir une *orientation en ligne* sur le site-même. Les deux dernières fonctions apportent en plus : un *forum* pour mettre les usagers qui ont les mêmes problèmes en contact les uns avec les autres, ou avec des personnes qui peuvent les aider dans ces domaines (par exemple de possibles tuteurs professionnels) ; et des programmes *de formation à distance* sur la gestion des carrières et sur des questions proches (par exemple, voir Offer *et al.*, 2001).

Bien entendu, la plupart de ces fonctions ne s'excluent pas les unes les autres, mais le choix et l'équilibre entre elles exigent des décisions stratégiques, de même que la sélection des partenaires pour la constitution de partenariats. Cela, mais aussi le processus de décision, peut constituer une occasion utile pour faire le point sur le développement stratégique du centre dans son ensemble. Beaucoup de centres commencent par être simplement présents sur Internet : comme le dit Offer (1998), « nous sommes là, parce que nous sommes là, parce que nous sommes là ». Par la suite, ils vont probablement passer par quatre étapes de développement. La première est l'étape de la *promotion* : faire connaître les services qui ne sont pas sur Internet. La seconde est celle de *l'adaptation* : offrir certains services en ligne. La troisième est celle de *l'innovation* : proposer de nouveaux services en ligne, qui ne peuvent être offerts, ou que plus difficilement, par d'autres moyens – c'est là que des partenariats peuvent trouver leur place. La quatrième étape est celle de *la synergie* : intégrer les services en ligne et les autres suivant de nouvelles modalités. Plus un centre d'orientation progresse suivant ces différentes étapes, plus il tend à utiliser son site Internet comme instrument de changement de l'ensemble de ses services. (Offer *et al.*, 2001).

5.3 Les lignes d'appel téléphonique

A côté des sites Internet, on constate un intérêt croissant pour le recours aux lignes d'appel téléphonique pour accéder à des services d'orientation. Le plus important système fondé sur ce principe est le service « *Learndirect* » au Royaume-Uni qui a été lancé en février 1998 et qui avait répondu à 2,4 millions d'appels à la fin de l'année 2000. D'autres systèmes de ce type, mais moins importants, ont été créés dans d'autres pays, notamment au Canada et en Nouvelle-Zélande. Un examen comparé de ces dispositifs montre que certains ont été prévus principalement pour *l'information*, d'autres pour le *conseil professionnel*. Certains concernent principalement soit la *formation* soit *l'emploi* ; d'autres *l'orientation professionnelle* et englobent les deux. Certains visent les *jeunes* ou les *adultes* ; d'autres encore s'adressent à *tous les âges*. Certains sont des services *spécialisés* fondés sur des centres d'appel, d'autres sont *intégrés* de différentes manières dans des services plus globaux (Watts et Dent, 2002).

Les décisions prises sur le positionnement des lignes d'appel par référence à ces différents critères sont essentiels. Il s'agit notamment de savoir dans quelle mesure le service doit avoir un caractère national ou local. Pour *Learndirect*, l'idée de départ était que les appels devaient pouvoir être orientés autant que possible vers des sources d'information locales. C'est le modèle suivi par exemple par la ligne d'appel *NHSDirect* du Service national de santé du Royaume-Uni : les appels sont orientés vers des centres d'appel locaux et ne sont transmis ailleurs que lorsque les lignes sont occupées ; l'idée est qu'à terme une seule entrée pourrait permettre d'accéder à tous les services de santé locaux (McLennan, 1999). Dans le cas de *Learndirect* en revanche, la ligne d'appel se situe principalement au niveau national. Cela peut entraîner une certaine diminution de la qualité du service, du point de vue de l'accès aux informations locales. Il faut en contrepartie veiller à la cohérence des services et à la formation des conseillers dans un système d'une grande dimension. Ces décisions ont une

influence notable sur l'équilibre entre les éléments globaux et locaux de l'orientation. Cette considération est essentielle pour déterminer le niveau d'intégration possible avec des services impliquant un contact personnel.

5.4 La synergie des technologies

Un autre problème important est celui de la synergie des technologies. Alors que la ligne d'appel de *Learndirect* avait été initialement conçue comme un service distinct, cet organisme a maintenant créé un site Internet et on se préoccupe de plus en plus de l'intégration entre les deux. Le site Internet comprend non seulement des informations sur les formations et sur les emplois, mais aussi un logiciel de diagnostic qui permet d'évaluer les compétences, les intérêts et les valeurs de la personne et qui met en relation les résultats avec des familles professionnelles. Chaque page du site comporte un bouton d'appel qui déclenche un appel téléphonique d'un conseiller de *Learndirect*. En principe, il devrait être possible à l'avenir pour un conseiller de faire apparaître sur son écran les activités du demandeur jusqu'à ce jour – par exemple un projet de curriculum vitae - et de travailler avec lui en ligne. A l'inverse, davantage de demandeurs pourraient être incités à accéder au site Internet et pourraient être aidés pour cela. De même, un plus grand recours à la correspondance électronique devrait permettre de conserver le contact pendant un certain temps, par une combinaison de communications synchrones (téléphone) et asynchrones (courrier électronique) (Watts et Dent, 2002).

L'utilisation souple du téléphone, du site Internet et du courrier électronique, combinée avec des possibilités d'entretien individuel, ouvre de nouvelles possibilités d'accès à l'information et à l'orientation professionnelles. Cela signifie que les intéressés peuvent d'abord obtenir une aide sous la forme qui leur convient et avec laquelle ils se sentent à l'aise. Pour certains, c'est plutôt en se rendant à un centre

d'orientation, pour d'autres non. Certains sont plus à l'aise avec le téléphone ou le courrier électronique, d'autres non. Un élément nouveau résulte de l'orientation probable vers un accès à domicile à des vidéophones ou à une télévision numérique interactive. On peut considérer toutes ces possibilités, non comme des services alternatifs, mais comme des modes d'accès à un réseau étendu, souple et harmonisé de services qui peuvent élargir les itinéraires pour chaque personne. Dans certains cas, les politiques publiques semblent freiner cette harmonisation (voir par exemple Watts et Dent, 2002) ; elles pourraient pourtant les promouvoir activement.

5.5 Dispositifs centrés sur les moyens d'information ou sur la relation personnelle

Un élément essentiel de ces modèles est le sens que l'on attache à la relation entre la personne et le conseiller. Un modèle peut être fondé sur un recours coordonné à différents *moyens d'information*, le conseiller étant l'un d'entre eux. Ou bien il pourrait placer la *relation* avec le conseiller au centre, considérant que les autres moyens sont une aide à cette relation. Dans ce dernier cas, il faut reconnaître que la relation peut être maintenue de différentes manières : non seulement par des entretiens, mais aussi à distance, et dans ce cas, à la fois par des communications en temps réel comme le vidéophone, le téléphone et des conversations sur Internet et par d'autres en temps différé comme le courrier électronique et le message vocal.

Suivant le principe du modèle fondé sur la relation, les décisions d'orientation ont un important élément cognitif, mais elles sont étroitement liées à la perception que la personne a d'elle-même, de son identité, de ses rêves et de ses aspirations. Par conséquent, la personne peut mieux être aidée par une relation avec une autre, qui a des compétences pour lui permettre de tenir compte de sa personnalité propre. C'est là une tradition bien ancrée dans le domaine de l'orientation professionnelle, mais elle a été critiquée par deux types d'arguments : le fait de placer la relation au centre du processus donne un pouvoir excessif au conseiller ; et d'autre part, comme la relation avec les conseillers demande du temps et coûte cher, elle ne peut être ni généralisée, ni prolongée. Cela conduit à une autre conception des professionnels de l'orientation qui devraient se voir essentiellement, non comme des conseillers, mais comme des gestionnaires des moyens d'orientation : ils gèrent les différentes ressources de manière à permettre aux individus de trouver les moyens pour répondre au mieux à leurs besoins (Watts, 1996a).

Par rapport à ces deux modèles, les TIC sont plutôt considérées comme penchant du côté du modèle fondé sur les moyens. Mais ce n'est pas nécessairement le cas : il est certain que les TIC par elles-mêmes n'exigent pas de renoncer au modèle fondé sur la relation personnelle. En effet, si l'on oppose les deux modèles trop strictement, cela risque de mettre fin à la pratique fermement établie et familière d'entretien individuel en face à face. Comme Tait (1999) l'a souligné, il est important de comprendre comment la technologie transforme actuellement la manière dont se développent et se gèrent les relations humaines. Au lieu de considérer que des éléments essentiels de la relation humaine sont perdus lorsque les relations se font par l'intermédiaire des technologies, il faut s'intéresser davantage à la manière dont les technologies permettent à ces relations de se développer et de s'entretenir, sans contraintes d'espace, de temps, ni de présence physique.

La crainte d'une approche réductrice de l'orientation est à l'origine de l'anxiété que l'on peut déceler en ce qui concerne l'utilisation des TIC : le recours à la technologie entraînerait des approches simplistes, toutes faites, fondées sur l'information, qui marginaliseraient ou élimineraient l'élément humain. On peut cependant de plus en plus les utiliser avec une approche intégrée, non seulement pour compléter, mais également pour donner plus d'importance à cet élément humain.

Aujourd'hui, les distinctions essentielles ne portent plus simplement sur l'opposition entre interventions humaines et technologiques, mais entre une gamme plus complexe d'interventions : relations en face à face entre conseiller et usager, individuelle ou en groupe ; relations avec l'utilisateur par l'intermédiaire de moyens technologiques, en temps réel ou différé ; et services informatisés en libre accès, qui peuvent être utilisés à différentes reprises par divers utilisateurs sans que cela nécessite le recours à des moyens humains. Une question importante est celle de savoir comment ces différents types d'interventions peuvent être combinés de manière optimale pour répondre avec efficacité à la diversité des demandes et des préférences pour les modalités d'accès à l'information. Cela a des conséquences, à la fois pour la formation des conseillers et plus généralement pour les politiques publiques.

6 PROBLEMES QUI SE POSENT AUX POLITIQUES PUBLIQUES

Les politiques publiques en matière d'information et d'orientation professionnelle peuvent remplir quatre fonctions : législation, financement, recommandations et régulation (Watts, 2000). Dans certains pays, la législation joue un rôle important, car elle détermine ces services, mais cela s'applique aux services en général plutôt qu'aux TIC en particulier. En revanche, les trois autres fonctions concernent spécifiquement l'utilisation des TIC pour l'information et l'orientation professionnels.

6.1 Financement

Beaucoup de gouvernements ont été disposés à financer des initiatives impliquant l'utilisation des TIC dans ce domaine. Ils semblent même avoir été davantage disposés à financer ce type d'initiatives que le développement d'autres formes de service, tout en étant moins exigeants sur les preuves de leur efficacité (Watts, 2001). Cela s'explique pour partie par le fait que ces financements sont souvent liés à des orientations plus générales des politiques publiques : en particulier, beaucoup de gouvernements ont souhaité promouvoir la cyberformation (OCDE, 2001) et améliorer les compétences des citoyens à cet égard, afin de contribuer à la compétitivité du pays. Cette démarche semble donc aller de soi, ce qui évite parfois une analyse critique plus approfondie. Cette orientation est également souvent justifiée par l'espoir de futures économies sur le coût des entretiens personnels, ou encore – ce qui est un peu différent – par la volonté de diffuser plus largement ces services sans augmentation proportionnelle de leur coût. Cependant, on manque à l'heure actuelle de données systématiques sur ces effets et sur la question de savoir si ces mesures n'entraînent pas une baisse de qualité des services. En fait, certaines indications à caractère anecdotique suggèrent que les TIC peuvent augmenter plutôt que réduire la demande d'entretiens personnels – ce qui peut entraîner de plus grandes frustrations si les services demandés ne sont pas disponibles.

Il est également possible que l'idée d'une évaluation des mérites des différents modèles de services (entretiens directs, par ordinateur, par téléphone, etc.) en tant qu'alternatives distinctes soit aujourd'hui périmée. Jusqu'ici, ces modalités étaient perçues comme des moyens alternatifs d'atteindre les mêmes objectifs et devaient donc être évaluées par une analyse comparative coût/efficacité. Mais si, comme l'a suggéré cette note, les modèles les plus efficaces combinent les moyens techniques et humains d'une manière plus intense, cette approche n'est peut-être plus adaptée. La question importante peut alors être de savoir comment cette combinaison peut intervenir de la façon la plus efficace en synergie, de manière à ce

que chacune ajoute de la valeur aux autres et que l'on offre de nouvelles possibilités de choix aux utilisateurs.

On peut toutefois s'interroger sur une question plus fondamentale, qui concerne le rôle des pouvoirs publics dans le financement de ces services : leur développement peut-il être laissé sans risque au marché privé, ce qui signifierait qu'une intervention publique ne serait plus nécessaire ? Incontestablement, Internet a favorisé la croissance d'un marché ouvert dans le domaine de l'information et de l'orientation professionnelles : n'importe qui peut lancer des services de ce type n'importe où. Par exemple, les agences de recrutement utilisant Internet offrent de plus en plus des conseils en matière d'orientation professionnelle à perte (comme un élément publicitaire) (Offer *et al*, 2001).

Le rôle du marché en ce qui concerne l'utilisation des TIC en particulier est étroitement lié à son rôle plus général en matière d'information et d'orientation. L'argument essentiel en faveur d'un investissement public dans ces services résulte du fait qu'ils ne représentent pas seulement un bien privé, mais aussi un service public, du point de vue de leur contribution à l'efficacité économique et à l'équité sociale. Traditionnellement, ces services ont souvent été perçus comme l'une des prestations sociales. Au cours des dernières années, beaucoup de pays se sont efforcés d'appliquer autant que possible les principes du marché aux activités économiques et sociales. Dans cette perspective, les interventions publiques dans les services publics devraient être réservées aux domaines dans lesquels le marché est défaillant (Watts, 1996b).

6.2 Les défaillances du marché

En ce qui concerne l'information et l'orientation, le marché semble a priori inadéquat à trois points de vue. Le premier est *l'impartialité*. Il a tendance à répondre aux besoins de ceux qui disposent de davantage de ressources. Il tend par conséquent à se fonder sur la relation entre l'offre et la demande et notamment sur les offres des employeurs (exemple Offer *et al*, 2001). Cette situation risque à la fois de déséquilibrer et de limiter les services offerts en mettant l'accent sur la nécessité de pourvoir les postes vacants plutôt que de répondre aux besoins des individus. Cela peut être insuffisant pour répondre à l'intérêt national.

En second lieu, le marché peut être défaillant en termes d'*investissement*. C'est particulièrement le cas en matière d'*information* professionnelle : les individus ne sont pas disposés à payer pour accéder à une information qui sera ultérieurement disponible gratuitement pour d'autres. Cela suggère que les services d'information devraient être fournis par l'Etat. D'un autre côté, certains soutiennent que les services d'*orientation* ne *devraient pas* être financés de cette manière, car ils sont spécifiques à chaque individu (Bartlett *et al*, 2000). Il est néanmoins significatif qu'en pratique, le seul domaine dans lequel un marché d'une certaine importance s'est développé en matière d'orientation est le conseil en reclassement externe, suivant lequel l'employeur finance, mais n'est pas intéressé au type de résultats ; dans les autres domaines, il paraît difficile de commercialiser l'orientation d'une manière appropriée pour un marché offrant un potentiel de croissance (Watts *et al*, 1993 ; Watts, 1999).

Concernant les TIC, la justification d'un intérêt public pour un investissement dans l'*information* professionnelle est évidente si l'on considère le nombre de pays dont les gouvernements ont soutenu l'élaboration et la mise à jour de banques de données sur les possibilités de formation et d'emploi. Ces banques de données peuvent, soit être directement accessibles aux usagers, soit mises à la disposition d'organismes privés pour les mettre en forme et les diffuser avec ou sans rémunération, pour garantir la qualité des informations privées. Aux Etats-Unis par exemple, les financements fédéraux et ceux des Etats

ont pendant longtemps aidé des systèmes de réseaux d'information professionnelle, coordonnés par le *National Occupational Coordinating Committee* (McKinley 1989)².

Il est cependant également significatif que tous les maxi systèmes informatisés *d'orientation* (voir ci-dessus) ont été créés au départ avec des financements publics ou de fondations privées (Watts, 1993). De même, Sampson (1999b) a soutenu que les systèmes utilisant Internet et bénéficiant de financements publics permettent une conception centralisée des moyens et du service, ce qui accroît les chances d'une intégration effective de différentes fonctions (exemple utilisation du résultat d'une analyse de compétences transférables pour rédiger un curriculum vitae). Sampson note que les pouvoirs publics et les fondations préfèrent apporter des financements d'amorçage à des innovations, dont le secteur privé assurera ensuite la continuité, en réinvestissant une part des profits dans un développement continu. C'est le modèle qui a été utilisé dans les maxi systèmes d'Amérique du Nord tels que *CHOICES*, *DISCOVER* et *SIGI*. (Watts, 1993).

Cette question est liée au troisième type de défaillances du marché, qui concerne la *propriété*. Si l'objectif consiste à intégrer les TIC aussi étroitement que possible dans des services plus globaux d'orientation, et si ces services bénéficient d'un financement public, alors la commercialisation de services utilisant les TIC peut limiter le degré d'intégration auquel on pourrait parvenir. Cette question est sous-jacente dans l'histoire agitée du « maxi » système britannique *PROSPECT (HE)*³. Elle se pose également par exemple à propos des centres d'orientation des universités aux Etats-Unis, du fait que beaucoup d'activités essentielles dépendent désormais de firmes commerciales telles que *Monster.com*. Ces entreprises donnent l'impression de profiter de leur situation pour exclure les centres d'orientation du processus de recrutement des diplômés et pour établir une relation directe de clientèle avec l'étudiant et l'employeur (Offer *et al*, 2001). Dans ces conditions, le rôle d'orientation plus large de ces centres se trouverait sérieusement affaibli.

Cette argumentation peut justifier un certain niveau d'investissement public continu dans les TIC en matière d'information et d'orientation. Néanmoins, le marché peut clairement jouer aussi un rôle important, pour rechercher des ressources supplémentaires et encourager une concurrence qui stimulera l'innovation. L'équilibre différera vraisemblablement suivant les pays, en fonction de leur structure, de leurs traditions et de la philosophie politique de leurs gouvernements.

6.3 L'assurance qualité

Lorsque le marché joue un rôle important, des problèmes continuent à se poser sur la responsabilité éventuelle des pouvoirs publics pour garantir la qualité, soit par des *recommandations* sous forme de directives, etc., soit par une *réglementation*. Ces problèmes sont particulièrement pressants dans le cas de l'utilisation d'Internet. La qualité des sites varie considérablement. Certains d'entre eux sont bien conçus et

2. Bien que le financement fédéral de cet organisme ait été récemment interrompu.

3. L'élaboration de la version initiale de *PROSPECT (HE)* a été financée principalement par les pouvoirs publics. Le gouvernement avait décidé de lancer un appel d'offres pour gérer la mise en œuvre et la diffusion du système dans l'enseignement supérieur. Il avait attribué le contrat à une entreprise commerciale d'édition plutôt qu'aux conseillers d'orientation professionnelle (The Association of Graduate Careers Advisory Services) et à leur organisme national (the Central Services Unit). Mais les conseillers d'orientation professionnelle avaient élaboré la base de données professionnelle et leur réponse à cette décision a consisté à demander une rémunération pour son utilisation, de sorte que le contrat commercial n'était plus viable. Les négociations étaient dans une impasse, ce qui a empêché l'extension prévue du système à d'autres secteurs. Dans cette situation, le gouvernement a été obligé de faire marche arrière et d'offrir le contrat de l'enseignement supérieur à CSU/AGCAS (pour un compte-rendu détaillé voir Watts, 1993).

conviviaux, d'autres non. Beaucoup ne donnent aucune information sur les sources de l'information et sur la date de la dernière mise à jour. Une étude des sites proposant une évaluation professionnelle gratuite a montré que presque aucun d'entre eux ne faisait référence à la manière dont les outils avaient été élaborés ou aux données psychométriques utilisées pour la fiabilité et la viabilité (Oliver et Zack, 1999). Bien souvent, il ne semble pas y avoir de sécurité sur la confidentialité des informations concernant les usagers. Il n'est guère tenu compte habituellement des usagers qui ont des difficultés visuelles ou un vocabulaire restreint.

Différentes stratégies peuvent être utilisées pour répondre à ces problèmes. L'une d'entre elles consiste à donner des *directives* ; une autre à établir des *normes de qualité* détaillées. Celles-ci peuvent être liées à un système de labellisation *auto-évalué* fondé sur la déclaration par les sites qu'ils répondent à ces normes ; ou à un système de labellisation *certifié*, fondé sur une vérification par un organisme extérieur. Tous ces dispositifs peuvent avoir un caractère *volontaire* ou peuvent être rendus *obligatoires* – par exemple pour tout service utilisé ou mentionné par des services publics d'orientation bénéficiant d'un financement public.

Trois autres questions doivent être évoquées à ce propos. En premier lieu, de telles normes devraient-elles se référer aux seuls sites Internet ou aux services d'orientation dans lesquels ils sont intégrés ? Le fait que certains sites sont indépendants et d'autres intégrés (voir plus haut) suggère que l'un et l'autre sont nécessaires. En second lieu, les gouvernements qui décident de suivre ces orientations doivent-ils chercher à élaborer eux-mêmes les outils et les mécanismes nécessaires, ou bien inciter d'autres organismes à le faire et les y aider ?

Les principales directives établies à ce jour au Canada, aux Etats-Unis et au Royaume-Uni ont été élaborées par des organismes professionnels (NCDA 1997) ou par des organismes sectoriels indépendants (*La Commission canadienne de mise en valeur de la main-d'œuvre, 1998 ; Guidance Council, 2000⁴*). En troisième lieu, faut-il élaborer, fixer et certifier des normes au niveau national, multinational (par exemple européen) ou à un niveau global. Le caractère global d'Internet suggérerait la dernière solution, mais il peut être nécessaire de choisir entre ce qui est souhaitable et ce qui est possible.

7 CONCLUSION

Le rôle des TIC dans l'orientation peut être vu de trois manières : comme *outil*, comme *alternative*, ou comme *agent de changement*. (Watts, 1986). Les responsables des politiques ont souvent eu tendance à voir les deux premiers rôles : celui d'un complément au service existant ou comme un substitut à ces services. Mais le fait que les sites Internet et les lignes d'appel téléphonique se diffusent de plus en plus largement comme moyen technique d'accès implique que le potentiel des TIC comme agent de changement est maintenant beaucoup plus important – on assiste à des transformations semblables dans beaucoup d'autres services. C'est là que se situe aujourd'hui l'enjeu principal des politiques publiques.

4. Les normes du Guidance Council concernent actuellement des conseils et une orientation donnés à distance sans intermédiaire ; d'autres normes concernant spécifiquement les sites Internet sont à l'étude.

RÉFÉRENCES

- Bartlett, W., Rees, T. & Watts, A.G. (2000), *Adult Guidance Services and the Learning Society: Emerging Policies in the European Union*, Policy Press, Bristol.
- La Commission canadienne de mise en valeur de la main-d'œuvre (1998), Normes pour l'information électronique sur le marché du travail, www.workinfont.ca/cwn/english/clfdb_e.cfm
- Cunningham, P. & Fröschl, F. (1999), *Electronic Business Revolution*, Springer, Berlin.
- Guidance Council (2000), *Quality Standards for Learning and Work*, Guidance Council, Winchester.
- Holland, J.L. (1973), *Making Vocational Choices: a Theory of Careers*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Jackson, C. (1993), "The case for diversity in computer-aided careers guidance systems: a response to Watts", *British Journal of Guidance and Counselling*, Vol.21 No.2, pp.189-195.
- Law, B. & Watts, A.G. (1977), *Schools, Careers and Community*, Church Information Office, Londres.
- Lee, C. (2000), "Cybercounseling and empowerment: bridging the digital divide", in Bloom, J.W. & Walz, G.R. (eds.), *Cybercounseling and Cyberlearning: Strategies and Resources for the Millennium*, pp.85-93, American Counseling Association/CAPS, Alexandria, VA.
- McKinlay, B. (1989), "Information systems in career development: history and prospects", in Watts, A.G. (ed.), *Computers in Careers Guidance*, pp.43-50, Careers Research and Advisory Centre, Cambridge.
- McLennan, N. (1999), "NHS Direct: here and now", *Archives of Disease in Childhood*, Vol.81, pp.376-378.
- National Career Development Association (1997), *NCDA Guidelines for the Use of the Internet for Provision of Career Information and Planning Services*, NCDA, Columbus, OH.
- Offer, M. (1997), *A Review of the Use of Computer-Assisted Guidance and the Internet in Europe*, National Centre for Guidance in Education, Dublin.
- Offer, M. (1998), "'Guidance' websites: we're here, because we're here, because we're here?", *Newscheck*, Vol.9 No.4, pp.13-14.
- Offer, M. & Sampson, J.P. (1999), "Quality in the content and use of information and communications technology in guidance", *British Journal of Guidance and Counselling*, Vol.27 No.4, pp.501-516.

- Offer, M., Sampson, J.P. & Watts, A.G. (2001), *Technology and the Future: Strategic Implications for Higher Education Careers Services of Technically Mediated Service Delivery*, Higher Education Careers Services Unit, Manchester (en préparation).
- Oliver, L.W. & Zack, J.S. (1999), "Career assessment on the Internet: an exploratory study", *Journal of Career Assessment*, Vol.7 No.4, pp.323-356.
- Organisation de Coopération et de Développement Economiques (2000), *Learning to Bridge the Digital Divide*, OCDE, Paris.
- Organisation de Coopération et de Développement Economiques (2001), *Cyberformation : Les enjeux du partenariat*, OCDE, Paris.
- Sampson, J.P. (1999a), "Integrating Internet-based distance guidance with services provided in career centers", *Career Development Quarterly*, Vol.47 No.3, pp.243-254.
- Sampson, J.P. (1999b), "Effective design and use of Internet-based career resources and services: a North American perspective", paper to International Association for Educational and Vocational Guidance conference, Wellington, Nouvelle-Zélande (mimeo).
- Sampson, J.P., Peterson, G.W., Reardon, R.C. & Lenz, J.G. (1999a), *Improving Career Services through Readiness Assessment: a Cognitive Information Processing Approach*, Center for the Study of Technology in Counseling and Career Development, Florida State University, Tallahassee, FL (mimeo).
- Sampson, J.P., Palmer, M. & Watts, A.G. (1999b), *Who Needs Guidance?*, Centre for Guidance Studies, University of Derby.
- Tait, A. (1999), "Face-to-face and at a distance: the mediation of guidance and counselling through the new technologies", *British Journal of Guidance and Counselling*, Vol. 27 No.1, pp.113-122.
- Watts, A.G. (1986), "The role of the computer in careers guidance", *International Journal for the Advancement of Counselling*, Vol.9 No.2, pp.145-158.
- Watts, A.G. (1993), "The politics and economics of computer-aided careers guidance systems", *British Journal of Guidance and Counselling*, Vol.21 No.2, pp.175-188.
- Watts, A.G. (1996a), "Computers in guidance", in Watts, A.G., Law, B., Killeen, J., Kidd, J.M. & Hawthorn, R., *Rethinking Careers Education and Guidance: Theory, Policy and Practice*, pp. 269-283, Routledge, Londres.
- Watts, A.G. (1996b), "Careers guidance and public policy", in Watts, A.G., Law, B., Killeen, J., Kidd, J.M. & Hawthorn, R., *Rethinking Careers Education and Guidance: Theory, Policy and Practice*, pp. 380-391, Routledge, Londres.
- Watts, A.G. (1997), *Strategic Directions for Careers Services in Higher Education*, NICEC Project Report, Careers Research and Advisory Centre, Cambridge.
- Watts, A.G. (1999), *Reshaping Career Development for the 21st Century*, CeGS Occasional Paper, Centre for Guidance Studies, University of Derby.

- Watts, A.G. (2000), "Synthesis", in Hiebert, B. & Bezanson, L. (eds.), *Making Waves: Career Development and Public Policy*, pp.278-292, Fondation canadienne pour l'avancement de la carrière, Ottawa.
- Watts, A.G. (2001), "Deuxième symposium international sur les services d'orientation et les politiques publiques : rapport du rapporteur", Fondation canadienne pour l'avancement de la carrière, Ottawa (mimeo).
- Watts, A.G. & Dent, G. (2002), "'Let your fingers do the walking': the use of telephone helplines in career information and guidance", *British Journal of Guidance and Counselling*, Vol.30 No.1 (en préparation).
- Watts, A.G., Guichard, J., Plant, P. & Rodriguez, M.L. (1993), *Orientation scolaire et professionnelle dans la Communauté européenne*, Bureau des publications officielles des Communautés européennes, Luxembourg.