

Th2 : NUMERIQUE ET INTELLIGENCE COLLECTIVE

Ch8 : Comment le partage de l'information, contribue-t-il à l'émergence d'une « intelligence collective » ?

Toute organisation a besoin de créer et de partager de l'information avec ses différents acteurs. Ceci est devenu possible et extrêmement efficace grâce à l'environnement numérique (Internet, smartphone, logiciels, applications...).

I. Se situer dans un environnement numérique et produire de l'information

Pour être performante, toute organisation a besoin d'information. Cependant, il est nécessaire que chaque acteur sache se situer dans l'environnement numérique de l'organisation. Cela consiste en connaître son rôle, ses droits et ses obligations, avant de produire de l'information.

A. L'utilisateur doit se situer dans l'environnement numérique de l'organisation

– **Partager l'information** est nécessaire dès que l'on travaille "ensemble" sur des données, des informations qui concernent plusieurs acteurs de l'organisation.

Ce partage de l'information passe par plusieurs conditions :

- un système de communication
- le partage de documents et des données
- la gestion de projet

– **La gestion des droits sur les données** : il est toujours utile de définir les droits d'accès des utilisateurs du système d'information sur les données qu'ils utilisent (écriture, lecture, modification, suppression).

Ainsi, dans une organisation, chaque acteur a en charge une ou plusieurs activités. La nature de ces activités permet de définir le **rôle** et les **droits** du salarié dans l'environnement numérique de l'organisation. Cependant, la production d'information engage la **responsabilité** de l'organisation et de ses acteurs. Ainsi, le **R.G.P.D.** (règlement général pour la protection des données) renforce la responsabilité des organisations dans la collecte, l'utilisation et la sécurisation des données.

B. La production de l'information à l'aide de l'architecture numérique globale de l'organisation

Aujourd'hui, produire de l'information passe par l'utilisation des technologies de l'information et de la communication (TIC). Parmi celle-ci, il faut distinguer l'information produite par les communautés en ligne de celle produite au travers des réseaux sociaux.

Une **communauté en ligne** représente un groupe d'individus qui échangent des informations via des courriels ou encore des forums sur un domaine particulier. L'expression « en ligne » signifie que la communication des informations s'effectue à travers le réseau informatique.

Un **réseau social** est une communauté d'individus ou d'organisations en relation directe ou indirecte, rassemblée en fonction de centres d'intérêt communs, comme les goûts musicaux, les passions ou encore la vie professionnelle. Il faut ainsi distinguer les réseaux sociaux grand public (exemple : FaceBook) des réseaux sociaux professionnels (exemple : LinkedIn).

Le contrôle de la réputation en ligne (**e-réputation**) de l'organisation est de la responsabilité du **gestionnaire de communauté**. Son métier est d'animer les communautés sur Internet tout en gardant à l'esprit le message principal que l'organisation désire véhiculer.

II. Du partage de l'information à la constitution d'une intelligence collective

L'intelligence collective est produite par une communauté d'individus et est issue des interactions entre ses membres. Elle permet d'effectuer des tâches complexes grâce aux synergies réalisées. L'intelligence collective suppose, pour la communauté, le partage de l'information, le respect de règles communes, de nombreuses relations sociales, et un bénéfice à collaborer pour chacun des membres.

Ainsi, pour aboutir à une véritable intelligence collective, il ne suffit pas de produire de l'information, il faut aussi qu'elle soit partagée entre les différents acteurs. Mais ce partage d'information nécessite que chacun **comprenne la variété des usages et leurs impacts**.

A. Les outils de e-communication

La e-communication, ou communication électronique, est une forme de communication qui mobilise des équipements électroniques et les technologies de l'information et de la communication (TIC) dont Internet, les ordinateurs, les smartphones... Ces outils permettent aux organisations de partager de l'information entre ses différents acteurs mais aussi avec ses clients ou ses partenaires.

B. Les applications de partage et de collaboration

Différentes applications permettent de partager efficacement différents types de contenus. Des outils comme Facebook, Youtube ou Twitter permettent de partager de l'information sous différents formats (texte, vidéo, audio, photo...). Il est donc nécessaire de bien choisir l'application en fonction du contenu que l'on souhaite partager.

Ce partage d'information permet de mettre en œuvre une véritable collaboration entre les acteurs de l'organisation. La **collaboration** est une situation de travail collectif où tâches et buts sont communs à tous les acteurs du projet. Chacun des membres du groupe travaille sur les mêmes points. La responsabilité est donc collective et s'impose au groupe.

Conclusion :

L'intelligence collective émerge au sein d'une organisation lorsque celle-ci produit et partage de l'information avec ses différentes parties prenantes internes (collaborateurs) et externes (clients, fournisseurs, partenaires) grâce aux technologies de l'information et de la communication (TIC), aux réseaux sociaux et à des applications dédiées. Comme son nom l'indique, l'intelligence collective découle d'une véritable collaboration entre les acteurs permettant à l'organisation d'être plus efficace et performante.