

# Résumé du concept de base pour la communication en ligne

## Lignes directrices pour la communication en ligne dans l'orientation scolaire, professionnelle et universitaire

Version 1 – 19.10.2004

---

### Origine

Deux axes ont motivé l'élaboration du présent concept de base:

1. la pratique empirique de la communication en ligne des institutions de l'Orientation scolaire, professionnelle et universitaire (OSPU).
2. l'offre complète d'informations en ligne sur «orientation.ch», avec laquelle la demande d'un canal d'interaction direct de la part des consultant.e.s augmente constamment.

La plupart des institutions de l'Orientation scolaire, professionnelle et universitaire (OSPU) agissent déjà dans le domaine de la communication en ligne. Les demandes arrivent par e-mail et les réponses suivent le même canal, les messages électroniques sont utilisés au cours du processus d'orientation, certaines institutions de l'OSPU proposent des options de consultation par e-mail sur leur site Web, sous la forme d'un service concret. Parallèlement, la première session de perfectionnement organisée en 2003 par l'Association suisse pour l'orientation scolaire et professionnelle ASOSP sur le sujet «Orientation concrète en ligne» («Online-Beratung konkret», perfectionnement en Suisse alémanique) a rencontré un large écho. Les premières démarches découlant de la mise en place du portail général d'information «orientation.ch» et résultant de la formation continue ont fait naître le besoin d'une base conceptuelle pour la communication en ligne. En accord avec la CDOPU, l'ASOSP a mis sur pied un groupe de travail (en Suisse alémanique) - composé de conseillères et conseillers en orientation scolaire, professionnelle et universitaire et de collaboratrices et collaborateurs d'orientation.ch - qui a élaboré le présent concept.

### Informations générales

L'Orientation scolaire, professionnelle et universitaire (OSPU) utilise déjà plusieurs services Internet, comme la messagerie et les formulaires électroniques sur les sites Web destinés à la communication en ligne. Le présent concept de base reflète cette utilisation, définit les types et les formes de communication en ligne, esquisse les grandes lignes et les options de réalisation et précise la qualification des spécialistes de l'OSPU en matière de communication en ligne.

### Définition de la communication en ligne dans le cadre de l'OSPU

La communication en ligne est définie sur cinq niveaux:

- comme aide interactive des spécialistes de l'OSPU à l'intention des consultants, au moyen des outils propres à l'Internet (e-mail, forum, chat, etc.);
- avec l'objectif d'individualiser l'information d'ordre général disponible en ligne, ainsi que d'assister les consultants dans leur choix d'un métier et d'une carrière, et de renforcer leur compétence personnelle;
- au moyen de trois types de communication en ligne: renseignement, information et conseil;

- par diverses formes de communication en ligne pouvant être proposées d'une manière synchrone ou asynchrone:
  - asynchrone: e-mail, formulaire électronique, forum;
  - synchrone: chat; système expert;
- par des personnes spécialement formées à la communication en ligne.

Pour une large utilisation dans l'OSPU, on visera les formes de communication en ligne synchrones et asynchrones à base de texte qui répondent aux normes techniques couramment employées. Les formes étendues au multimédia ne seront pas envisagées pour l'instant, car elles sont encore peu répandues. De même, les offres d'information en ligne limitées à la fonction de plates-formes d'envoi d'informations ne font pas l'objet du concept de base, puisqu'elles ont déjà été examinées en détail et mises en œuvre dans le cadre du projet orientation.ch.

### **Qu'est-ce qui caractérise la communication en ligne ?**

Deux fonctions essentielles caractérisent la communication en ligne:

1. Par rapport à la communication de visu, la communication en ligne apporte aux consultants une plus grande marge de manœuvre et un niveau de liberté plus élevé concernant la structure de la relation et du processus. Ils participent largement au choix du lieu, du moment et de la structure de la communication en ligne.
2. Le moyen de prédilection est le langage écrit, qui s'exprime dans les supports de communication en ligne par la transcription du langage parlé (oralité écrite). La communication est, de ce fait, limitée par l'écriture, mais cela crée justement un espace ouvert à l'imagination et il reste une trace écrite du processus de communication.

### **Quels sont les apports de la communication en ligne ?**

La communication à distance basée sur du texte n'est pas vécue de la même manière que la communication de visu et ne peut pas la remplacer. Avec ses offres de communication en ligne, l'OSPU adapte ses prestations à des possibilités d'information et de communication ou aux habitudes de communication correspondantes. La communication en ligne permet de créer une offre indépendante du temps et du lieu, peu onéreuse et qui facilite la prise de contact pour le consultant, tout en encourageant l'autoinformation et l'initiative personnelle. Elle permet également d'améliorer la prestation dans les régions pauvres en structures et de toucher de nouveaux groupes cibles.

Par rapport à la communication de visu, la communication en ligne présente certains inconvénients, dont le fait qu'elle se réduise à un canal d'échange par écrit, que des personnes peu familières de l'Internet aient à surmonter des obstacles de taille ou que l'OSPU doive faire face à de nouvelles exigences (souplesse d'accessibilité dans le temps et l'espace, génération de nouveaux besoins).

### **Conditions requises, compétences et contexte**

Les spécialistes chargés de la communication en ligne doivent disposer de compétences particulières en matière de médias, de communication et de conseil.

Outre une formation dans le domaine de l'orientation scolaire, professionnelle et universitaire et dans celui de l'information et de la documentation, de bonnes notions d'utilisation des services Internet interactifs et de bonnes connaissances des offres d'information en ligne sont requises. Il s'y ajoute, notamment pour le conseil en ligne, plus précisément l'expérience personnelle du conseil réel et virtuel, et la connaissance des concepts théoriques du conseil en ligne.

Les activités de communication dans l'espace virtuel doivent remplir des conditions spécifiques. La publication de sa propre identité et de celle de tiers par des services Internet, l'authenticité de l'offre de communication en ligne, la confidentialité, le développement et le contrôle de la qualité et la sécurité des données personnelles doivent faire l'objet d'une attention particulière.

### Options de mise en œuvre

Dans l'état actuel des développements techniques, quatre options de mise en œuvre sont réalisables pour l'OSPU:

1. Communication en ligne par e-mail ou par le biais d'un formulaire de demande électronique intégré sur le site Web d'une institution de l'OSPU.
2. Les demandes et leurs réponses seront publiées en ligne dans un forum expert, en complément des FAQ et seront ainsi à la disposition des autres consultants.
3. Un chat de personne à personne, intégré dans une offre d'information en ligne (comme orientation.ch ou BOP), permet d'aborder directement avec un.e spécialiste les questions qui surgissent à l'issue d'une phase d'autoinformation. En outre, un chat individuel est également réalisable en tant qu'offre d'infos et de renseignements en ligne utilisable à heures fixes.
4. Un système expert automatique assiste la navigation dans une offre d'information en ligne, comme orientation.ch ou BOP. Le système expert repose sur une base de connaissances contenant les questions les plus fréquemment posées et y répond en renvoyant aux pages correspondantes du système d'information en ligne.

### Prochaines étapes

Le concept fournit les bases de la mise en œuvre sous trois aspects:

1. Pour les institutions de l'Orientation scolaire, professionnelle et universitaire, il s'agit de décider si un concept de communication en ligne doit être utilisé d'une manière ciblée et - dans l'affirmative - sous quelle forme. En outre, il faudra définir le niveau de l'offre: offre locale d'un office, offre régionale d'un district ou d'un canton, offre nationale ou par région linguistique.
2. Les expériences faites en Allemagne et, récemment, grâce aux demandes arrivant sur orientation.ch par le biais du formulaire de contact ont montré qu'une offre d'information sur Internet d'une certaine richesse exige un canal de feed-back. Il faudra examiner sous quelle forme le portail sera complété par une offre de communication en ligne.
3. La communication en ligne requiert l'intervention de spécialistes dûment formés. Un programme de formation continue spécifique doit être mis en place à cet effet.

19.10.2004 / Ruben Meier, SVB