

# **Le « e-mail Pass » : une réponse e-learning à l'apprentissage de la messagerie électronique**

David Autissier, maître de conférences, Université Paris XII Val de Marne  
Daniel Rioche, Direction des Ressources Humaines et de la communication,  
Groupe TOTALFINAELF

Avec la collaboration de Dominique Massoni, Directrice de la formation et du développement social à la Direction des Ressources Humaines et de la Communication du Groupe TOTALFINAELF

Le e-mail, le courrier électronique, le mél (terme recommandé en France) ou bien le courriel (expression canadienne) devient de plus en plus présent dans notre vie quotidienne de telle manière qu'il figure désormais sur nos cartes de visite. C'est un moyen de communication qui s'additionne au téléphone, au fax et au courrier postal. Une publicité pour Apple, lors du lancement de l'iMac, mettait en scène un homme qui faisait part de son angoisse de se retrouver dans une soirée où tout le monde lui demanderait son e-mail alors qu'il ne savait pas comment s'en procurer un. La messagerie électronique n'est plus un gadget informatique réservé à quelques scientifiques ou informaticiens mais un outil de communication mondial. Il s'échangerait environ deux milliards de mails par jour dans le monde sur internet (Tenin 1999).

Unanimement apprécié, ce média de communication est parfois montré du doigt comme étant une des causes des phénomènes de surcharge informationnelle. Une étude approfondie dans le groupe TotalFina sur l'utilisation de la messagerie électronique nous a permis de dresser une liste des principaux symptômes. Une fois le diagnostic établi, nous avons proposé des règles de bonne utilisation qui ont été agencées dans un module de *e-learning*.

## **❶ La messagerie électronique : un média entre l'écrit et l'oral**

L'e-mail est l'abréviation de l'anglais « *Electronic Mail* ». Matérialisée par des adresses du type « nom@domaine.pays », la messagerie électronique est l'application la plus utilisée sur l'Internet public.

Elle donne à chaque utilisateur une adresse personnalisée et permet d'envoyer de manière asynchrone tout type de documents (fichiers, images, sons, etc.) en fichiers attachés. Les évolutions de la messagerie électronique montrent que celle-ci est en passe de devenir l'outil de communication qui gèrera les échanges synchrones et asynchrones sur différents supports (vidéo, audio, texte, image, etc.). La messagerie instantanée (synchrone ou en temps réel), établit une communication directe et non plus différée entre deux utilisateurs. La messagerie unifiée prend en charge l'ensemble des messages (vocaux, courriers électroniques et télécopies) et les regroupe dans une même boîte aux lettres.

Pour toutes les entreprises qui l'utilisent, le e-mail est un outil puissant pour le partage de l'information et la réactivité. De manière paradoxale il est aussi critiqué et montré du doigt pour certains dysfonctionnements qui gênent les individus dans leurs activités quotidiennes. Utilisée par 160 millions d'internautes dans le monde dont 5 millions en France (Tenin 1999), la messagerie électronique nécessite une réflexion pour une meilleure utilisation. D'Iribarne et al (1997) ont avancé que la messagerie était un média entre l'écrit et l'oral. Ils justifient cela par le fait que l'expéditeur écrit le message de la même manière que s'il s'adressait à une personne en face à face. Par contre, le destinataire réceptionne le message comme une lettre écrite. Cette différence de perception peut poser des problèmes de compréhension et donner lieu à des situations de tension dues à l'utilisation de certaines formules qui ne sont pas habituellement utilisées dans le langage écrit. Sous sa forme écrite et du fait qu'elle véhicule essentiellement des documents (par les pièces jointes), la messagerie électronique peut devenir un élément d'inflation informationnelle dans les entreprises.

De nombreux articles et travaux de recherche traitent de situations de stress des salariés dues à la généralisation des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) dans la sphère professionnelle et privée (Autissier et Lalhoul 1999). Les TIC et la messagerie électronique permettent d'envoyer et de recevoir des volumes d'informations de plus en plus importants sans contrainte de temps et d'espace avec des coûts de duplication quasi nuls. Cela se concrétise par la réception de volumes d'informations supérieurs aux capacités de traitement des individus. Et potentiellement, plus il y aura de personnes connectées, plus la possibilité de recevoir des messages augmentera. L'augmentation du nombre d'internautes, l'*e-business* et le e-recrutement constituent autant d'éléments d'inflation pour le nombre de messages en réception. A titre d'exemple, le directeur de Dell reçoit en moyenne une centaine de messages par jour (Tenin 1999).

Lorsqu'un cadre s'absente pendant quelques jours, il se retrouve avec des centaines de mails à traiter sans être en mesure de savoir ceux qui sont importants et ceux qui sont obsolètes.

## ② Définir des règles de fonctionnement pour bien utiliser la messagerie électronique

Les constats montrent que le e-mail peut être redondant avec d'autres modes de communication tels que le courrier papier et le fax. Les pièces jointes d'un message électronique sont parfois envoyées également par courrier et l'expéditeur peut s'assurer de la bonne réception par téléphone. Dans une étude de 1997 sur l'utilisation de la messagerie électronique, d'Iribarne faisait état d'un seuil psychologique de 30 messages au dessus duquel les acteurs vivaient une situation de surcharge informationnelle. Les constats de dysfonctionnement liés à une masse excessive d'informations ne sont pas nouveaux. Une étude anglaise publiée en 1987 (Lea 1987) faisait état d'un « *information shock syndrome* » chez des utilisateurs tétanisés par des volumes d'information croissants. Hiltz et Turoff (1985) ont développé le concept de « *information overload* » pour définir une situation dans laquelle les acteurs étaient submergés par les volumes d'information leur parvenant. Pour définir ces phénomènes de surcharge et de débordement, Ljumber (1996) définit les concepts de « *Information overflow* » et « *Communication overload* ». La surcharge informationnelle (« *Information Overflow* ») serait typiquement celle d'un opérateur qui cherche une information donnée dans une masse trop grosse. La surcharge communicationnelle (« *Communication Overload* ») serait un excès de sollicitations non pertinentes pour la tâche principale. L'intérêt de cette distinction est de mettre l'accent sur les remèdes. Pour la surcharge informationnelle il faudrait plus de puissance d'analyse et pour la surcharge communicationnelle il serait souhaitable de développer des méthodes de filtrage. La messagerie électronique, en permettant d'envoyer des messages accompagnés de pièces jointes sans contrainte de temps et d'espace, peut participer à ces deux phénomènes.

Très appréciée par l'ensemble des utilisateurs pour ses qualités de communication asynchrone et la possibilité d'envoyer des documents très rapidement à plusieurs destinataires, la messagerie électronique peut, par certaines dérives, devenir un facteur de surcharge informationnelle.

Avec l'objectif de bien comprendre ces dérives et de mettre en place des actions correctrices pour une meilleure utilisation de la messagerie électronique, nous avons mené une étude dans le groupe TotalFina en adressant un questionnaire à 16 500 personnes. 3129 réponses nous ont permis d'avancer 7 symptômes principaux vérifiés dans d'autres travaux sur le même thème. Pour enrayer ces symptômes, nous avons proposé 7 règles de fonctionnement qui constituent des aides méthodologiques aux utilisateurs pour mieux utiliser la messagerie électronique (cf. tableau 1).

**Tableau 1 : Symptômes et règles de fonctionnement de la messagerie électronique**

<b>SYMPTOMES</b>	<b>RÈGLES DE FONCTIONNEMENT</b>
❶ Trop de mails en copie	❶ Envoyez des messages uniquement à ceux qui sont concernés
❷ Mails mal rédigés	❷ Assurez une bonne lisibilité à vos messages
❸ Mails trop lourds	❸ Limitez la taille de vos messages
❹ Mails sans réponses	❹ Assurez-vous de la bonne transmission de vos messages
❺ Problèmes de confidentialité	❺ Assurez la sécurité de vos messages confidentiels
❻ Difficultés à retrouver un mail envoyé et reçu	❻ Archivez bien vos messages
❼ Trop de mails publicitaires avec des risques de virus	❼ Sachez interpréter les messages dans la boîte de réception

Chaque règle a donné lieu à une fiche méthodologique qui précise le message de celle-ci et les moyens par lesquels elle s'applique. Les différentes fiches ont été intégrées dans un module de *e-learning* intitulé « Bien utiliser la messagerie électronique ».

### **❸ Le « e-mail-pass » : une application e-learning pour bien utiliser la messagerie électronique**

Former les utilisateurs à la messagerie électronique apparaît comme important. Mais pour que cela soit utile, il faut le faire sur un nombre important pour que la compétence des uns ne soit pas pénalisée par l'incompétence des autres. Les modalités de formation oscillent entre des supports passifs sur papier et des sessions avec des animateurs. Les premières ont un faible niveau d'interactivité et les secondes sont très coûteuses en termes financiers et de temps. Pour éviter les écueils du coût et de la non interactivité, le choix s'est porté sur une approche *e-learning*. Défini comme une future utilisation majeure d'internet, le *e-learning* n'est pas une simple transposition « web » de supports de cours papier. Il nécessite un scénario pédagogique organisé en séquences au cours desquelles se construit une démonstration validée par des argumentaires accessibles par des liens hypertextes.

Les séquences pédagogiques intègrent un ensemble de pages (au format HTML<sup>1</sup>) dans lesquelles on trouvera des animations, des vidéos, des graphiques, du texte et du son qui guident l'utilisateur. Dans le cadre de formations professionnelles, il est important que les utilisateurs puissent disposer d'outils qui leur permettent de diagnostiquer leurs pratiques et d'identifier les points qu'ils doivent corriger. Cela nécessite la mise à disposition de programmes interactifs. Comme tout outil pédagogique, le *e-learning* valide des acquis au moyen de tests qui permettent l'obtention de diplômes ou d'attestations reconnus institutionnellement par les entreprises.

***Définition du e-learning :** Pédagogie non « présentielle »<sup>2</sup> sur un support électronique accessible à partir d'un navigateur ou d'un logiciel spécifique. Par une organisation en séquences mettant en scène des animations, des images, du texte, de la vidéo et du son, le e-learning est un outil pédagogique interactif pour enseigner des connaissances, diagnostiquer des pratiques et valider des acquis.*

En tenant compte de ces éléments de définition, e-learning-institute ®<sup>3</sup> a construit un module de deux heures intitulé « Bien utiliser la messagerie électronique » comportant un système de validation des acquis appelé le « e-mail Pass © » (cf. capture écran 1).

### Capture d'écran 1 : Le module e-learning « Bien utiliser la messagerie électronique »



The screenshot shows a yellow background with a black border. In the top left corner is the logo for 'e-learning INSTITUTE' with the website 'www.e-learning-institute.com' below it. The main title is 'Bien utiliser la messagerie électronique' in bold black text. Below the title is a graphic of a globe and an envelope labeled 'e-mail'. At the bottom, it says '2 heures de formation pour obtenir votre e-mail-pass et gagner en efficacité' in bold black text.

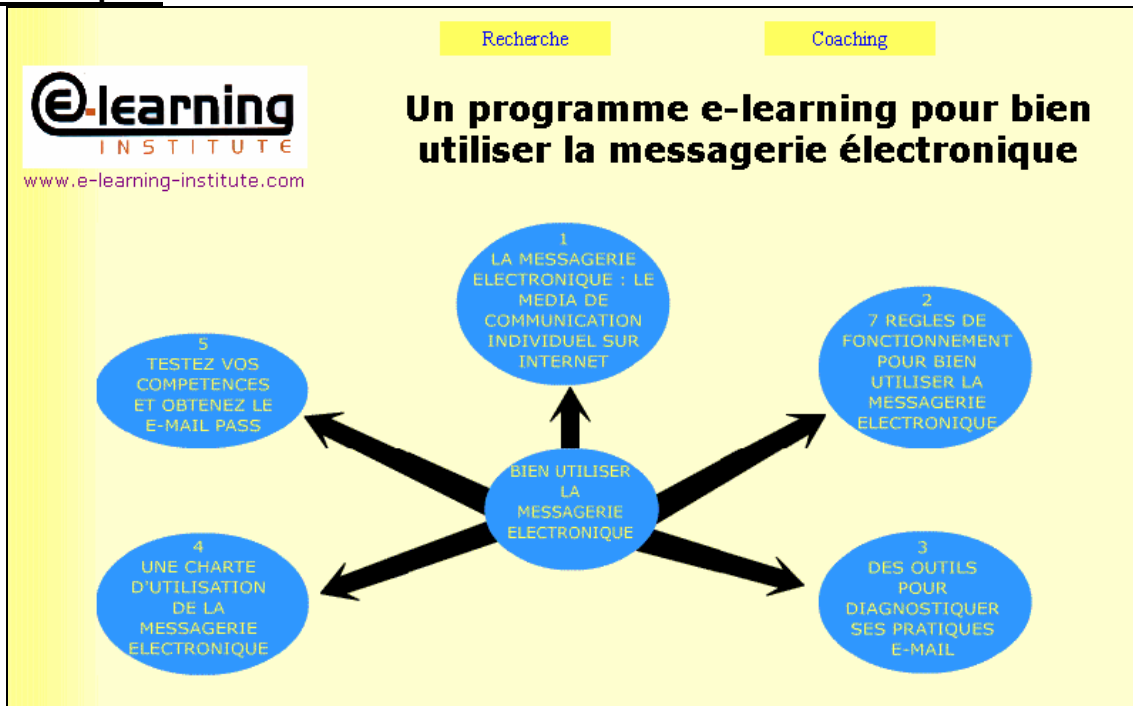
<sup>1</sup> HTML : (HyperText Markup Language). Langage d'écriture des pages sur le web

<sup>2</sup> Néologisme utilisé pour décrire une formation réalisée en la présence d'un animateur

<sup>3</sup> www.e-learning-institute.com

Pour un coût 4 fois moins élevé que celui des formations classiques en « présentiel » (sur une base horaire de 75 € par personne), ce module a été construit en 5 séquences (cf. capture d'écran 2).

**Capture d'écran 2 : Les séquences du module « Bien utiliser la messagerie électronique »**



Cette démarche nécessite une couverture très importante au niveau des utilisateurs de l'entreprise. En parallèle avec une formation en direction des utilisateurs existants, une procédure consistant à faire passer ce module à toute personne avant de lui attribuer une ouverture de compte e-mail peut être menée. L'objectif de cette formation n'est pas de sanctionner mais de sensibiliser. Le test ne comprend aucune difficulté à partir du moment où l'on a parcouru le module. L'utilisation de ce module s'inscrit dans un besoin ponctuel et spécifique lié à la bonne utilisation de la messagerie électronique. Mais un tel produit peut être mobilisé pour des projets de formation liés à l'efficacité du travail. Dans ce cadre, l'entreprise *e-learning-institute* propose un pack *e-learning* 35 heures constitué du module messagerie électronique complété par un module sur la gestion du temps de travail et un pour la gestion des réunions.

**Bibliographie**

Autissier D., Lahlou S. (1999), « Les limites organisationnelles des TIC : Emergence d'un phénomène de saturation cognitive », *Actes du 4<sup>e</sup> colloque de l'AIM*, mai 1999.

D'Iribarne A., Gadille M., Tchobonian R. (1997), « Etude sur l'impact de l'e-mail dans l'organisation du travail à l'INRIA », *LEST-CNRS*, octobre 1997.

Hiltz SR., Turoff M. (1985), « Structuring Computer-Mediated Communication Systems to Avoid Information Overload », *Communications of the ACM* 28 (7), pp 680-689, jul. 1985.

Lea G. (1987), *Non-users of information services*. Graham Lea & Partners Ltd. 1987.

Ljungberg F. (1996), « An initial exploration of Communication Overflow Overload », *The 2<sup>nd</sup> International Conference on the Design of cooperative systems (CCP'96)*. Sophia Antipolis, France. Edited by the COOP group, INRIA, France. pp. 19-36.

Tenin Y. (1999), « E-mail, ce que ça change pour vous », *L'essentiel du Management* n° 54, août 1999.