



Sites de réseautage social et autorité scientifique: le cas de ResearchGate

Pergia Gkouskou-Giannakou

► To cite this version:

Pergia Gkouskou-Giannakou. Sites de réseautage social et autorité scientifique: le cas de ResearchGate. Les écosystèmes numériques et la démocratisation informationnelle: Intelligence collective, Développement durable, Interculturalité, Transfert de connaissances, Nov 2015, Schoelcher, France. <hal-01258180>

HAL Id: hal-01258180

<https://hal.univ-antilles.fr/hal-01258180>

Submitted on 18 Jan 2016

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Pergia GKOUSKOU-GIANNAKOU

Pergia Gkouskou-Giannakou est maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'Université Blaise Pascal (Clermont-Ferrand 2) et membre du laboratoire ComSol (EA 4647). Ses recherches s'inscrivent dans le champ de l'étude des pratiques et des usages sociaux des TIC et plus précisément de l'analyse des contenus des médias numériques du point de vue et des médiations qui émergent entre les usagers, le support et les diffuseurs des contenus.

« Sites de réseautage social et autorité scientifique : le cas de ResearchGate »

L'objectif de cette communication est de poser la question de l'impact de l'autorité de l'espace médiatique numérique dans le domaine de la recherche scientifique. Communiquer, publier des contenus et être « reconnu » dans les médias socio-professionnels numériques pourrait-il être considéré comme « se légitimer » dans le monde de la recherche? Dans ce contexte, nous examinons des notions comme celle d'« autorité numérique » par rapport à celle d'« autorité » scientifique afin d'analyser le fonctionnement et le rôle de ces nouveaux espaces médiatiques dans le monde de la recherche.

Mots clés : légitimité, évaluation, présence numérique, dispositifs numériques,

Social networking services and scientific authority : the case of Researchgate

The purpose of this communication is to examine the impact of the authority of the digital media in the field of scientific research. To communicate, to publish content and to be "recognized" in the social networking services, could be considered as equivalents to "being legitimized" in the world of research? In this context, we examine notions like that of "digital authority" over that of "scientific authority" in order to analyze the functioning and the role of the new media spaces in the world of research.

Keywords: legitimation, evaluation, digital presence, digital devices

Sites de réseautage social et autorité scientifique : le cas de ResearchGate

Pergia Gkouskou-Giannakou

Laboratoire ComSol – Université Blaise Pascal (Clermont-Ferrand 2)

1. Introduction

L'évolution et la grande diffusion des technologies d'écriture numérique constituent un facteur catalyseur pour le secteur de la recherche scientifique. Des médias en ligne comme les blogs, les plateformes collaboratives, les archives ouvertes ou les sites web de réseautage socio-professionnel permettent aujourd'hui l'auto-publication, la diffusion de curricula vitae et la mise en valeur des travaux scientifiques des chercheurs indépendamment de leur position hiérarchique et de leur reconnaissance par des pairs dans le secteur.

Dans cette contribution, nous nous posons la question de l'impact de la médiatisation de l'espace médiatique numérique dans le domaine de la recherche scientifique. Communiquer, diffuser et être reconnu dans les médias socio-professionnels numériques pourrait-il être considéré comme «se légitimer» dans le monde de la recherche ? Les espaces numériques de publication et d'échange entre chercheurs peuvent-ils contribuer à la formation de nouvelles autorités dans le domaine de la recherche ?

Nous formulons ici l'hypothèse du transfert, via les médias numériques, des pratiques issues de l'univers des médias grand public dans l'univers de la recherche et plus précisément de la présence numérique du point de vue de l'audience médiatique.

Dans ce contexte, nous examinons des notions comme celle d'« autorité numérique » par rapport à celle d'« autorité » scientifique afin d'analyser le fonctionnement et le rôle de ces nouveaux espaces médiatiques dans le monde de la recherche.

Cette enquête est réalisée à partir de l'observation des pratiques des chercheurs en informatique au sein du site de réseautage social pour scientifiques « Researchgate » (<https://www.researchgate.net>).

2. Autorité et processus de médiatisation

2.1. Autorités et autorités numériques

En observant la « crise de l'autorité » en 1968, Hannah Arendt écrivait: « historiquement, nous pouvons dire que la disparition de l'autorité est simplement la phase finale, quoique décisive, d'une évolution qui, pendant des

siècles, a sapé principalement la religion et la tradition » (Arend, 1972, page, 124).

A l'ère de l'expansion du numérique en tant que technologie d'écriture, la question de l'autorité est posée à nouveau dans son lien aux formes de légitimation que déploie l'investissement dans les dispositifs d'auto-publication et de socialisation ou dans les nouveaux médias journalistiques. L'évolution et la diffusion des dispositifs d'écriture numérique sont reliées à l'émergence de nouveaux médias et la révélation de nouveaux acteurs dans les domaines de la science, de la culture, de la politique ou de l'information.

Le terme « autorités numériques » apparaît aux premières années de l'expansion du web et du développement de Google comme moteur de recherche dominant, pour exprimer la présence, mesurée par un nombre d'occurrences. Ce nombre, calculé chaque fois en fonction de la requête posée, peut : a) quantifier la présence d'une entité textuelle représentant une personne, une institution, une notion ou une activité, dans les réponses d'un moteur de recherche ; b) dépendre du nombre d'occurrences de consultation (« visites ») d'une entité textuelle numérique (un site web : blog, forum, média journalistique, ...) ; c) comptabiliser les citations de cette entité textuelle par d'autres entités textuelles (référencement web).

Avec l'émergence et le développement rapide des médias de réseautage social et/ou professionnel ainsi que la personnalisation des résultats des moteurs de recherche les dernières années, la question de l'« autorité » sur le web se diversifie, commence à concerner des organisations, des domaines d'activités ou des personnes en devenant un vrai enjeu institutionnel ou personnel.

Dans l'univers du web, la notion d'autorité devient de plus en plus synonyme de notions connexes comme « popularité », « visibilité », « réputation », etc. Pour Alexandre Serres l'autorité dans l'univers du web est très proche des notions de crédibilité et de fiabilité, c'est-à-dire de la capacité d'un émetteur de convaincre son public en lui présentant des « garanties de fiabilité » (Serres, 2012, p. 116).

2.2. Médiatisation scientifique et autorité

Même si la médiatisation de la production scientifique semble être un sujet de débat récent en sciences de l'information et de la communication, le rôle des dispositifs de communication dans la diffusion de la recherche et sa mise en valeur préoccupe les professionnels et les chercheurs en documentation depuis la naissance de cette discipline. De plus, très souvent les dispositifs de communication scientifique se distinguent difficilement des dispositifs d'information scientifique.

De ce point de vue, l'analyse par Viviane Couzinet de la revue scientifique comme objet « info-communicationnel » régularisateur de la mise en valeur de

la recherche est très éclaircissante en ce qui concerne le lien entre médiatisation et autorité. Pour les documentalistes, les objets informationnels se distinguent en « primaires » et « secondaires » : les objets « primaires » contiennent une information à caractère original tandis que les objets « secondaires » (catalogues, index, bases de données, etc.) contiennent l'information nécessaire pour accéder à un objet primaire. Les objets secondaires mesurent, indexent, catégorisent, classifient et peuvent même évaluer directement un objet primaire. De cette façon, ils rendent « visible » à l'utilisateur l'existence de cet objet. Or, en analysant le cas de l'objet « revue scientifique », Viviane Couzinet parle de dispositifs info-communicationnels, produits d'un « agencement d'éléments » (Couzinet, 2009, p. 19). Ces dispositifs se positionnent à la frontière de l'information et de la communication et ils fonctionnent non seulement comme des médias qui rendent publique une information mais comme des dispositifs qui autorisent, valident et crédibilisent cette information .

Depuis la fin des années 1990, le grand développement du web, et notamment du web participatif, a bouleversé le fonctionnement des médias scientifiques à cause d'une part des formes de médiations induites par les nouveaux dispositifs info-communicationnels et d'autre part des processus d'implication directe de tout acteur dans le dispositif. Dès 2003, Evelyne Broudoux observe des nouveaux processus de médiatisation de soi dans l'univers scientifique en rapport avec la nature interactive du support numérique. En étudiant l'émergence et la diffusion des blogs comme nouveaux formats d'expression individuelle ainsi que des « dieux » d'acquisition de reconnaissance et de notoriété, elle introduit la notion d'autoritativité. Selon elle :

« l'autoritativité peut donc être définie comme une attitude consistant à produire et à rendre public des textes, à s'autoéditer ou à publier sur le WWW, sans passer par l'assentiment d'institutions de référence référées à l'ordre imprimé » (Broudoux, 2003, p. 4).

D'un premier point de vue, à travers les pratiques « autoritatives », des jeunes chercheurs - doctorants ou non titulaires- des chercheurs moins connus et des chercheurs confirmés reconnus dans leur discipline se mettent « à égalité ». Ils peuvent tous publier leurs travaux en cours ou rediffuser leurs anciens travaux. L'importance de ces dispositifs d'information secondaires dans la diffusion de la recherche scientifique se confirme après une série de publications en ligne de travaux originaux - souvent de grande valeur scientifique - par des chercheurs confirmés ou débutants. Dans ce contexte, l'exemple du mathématicien/chercheur indépendant Grigori Perelman qui a publié sa démonstration de la (dernière partie qui restait non résolue) conjecture de Poincaré uniquement dans l'archive ouverte ArXiv (<http://arxiv.org>) sans jamais proposer ce résultat hors du commun à une revue institutionnelle « qualifiante

», a fait le tour du monde en prouvant la force des archives ouvertes et leur capacité de rendre mondialement visible un travail scientifique.

Assez rapidement, les dispositifs de publication en ligne primaires et secondaires comme les sites web personnels (individuels et/ou collectifs), les archives ouvertes ou les carnets de recherche ont été considérés comme une « panoplie » d'action et d'outils possibles pour instaurer/installer la présence dans l'univers numérique indépendamment de l'appartenance institutionnelle ou de la reconnaissance préalable. Dans ces différents types de dispositifs les chercheurs peuvent s'expérimenter en utilisant des différents types d'écriture et en mettant à la disposition du public une partie de leurs résultats .

Selon Ghislaine Chartron, on peut distinguer l'offre des supports de publication numérique actuelle en cinq catégories principales : a) portails disciplinaires internationaux (Pubmedd, ...), b) archives ouvertes ayant atteint une masse critique pertinente (ArXiv, Hal, ...), c) plateformes de revues en ligne (Revues.org, ...), d) portails donnant accès au patrimoine numérisé (Gallica), e) portails de thèses en ligne.

Or, le développement des archives ouvertes et la politique encourageante de la part des certains pays et/ou institutions aux chercheurs pour déposer leurs travaux de recherche en ligne (Chartron, 2010) ainsi que les synergies entre les organisations publiques et les entreprises privées pour la diffusion de documents scientifiques sur le web, a eu comme résultat une surcharge informationnelle qui a provoqué une situation assez contradictoire entre d'une part l'offre abondante de l'information et d'autre part la difficulté d'orienter le lecteur pour rendre cette information « visible ».

Par ailleurs, la dominance de Google sur le web concernant tant le référencement de chercheurs, d'institutions et/ou de travaux par son moteur de recherche que la multiplication des offres et services (ouvrages académiques, presse, blogs, ...) a joué un rôle déterminant dans le développement du besoin de créer des dispositifs spécialisés pour la mise en valeur de chercheurs et de leurs travaux.

Dans les pages qui suivent, nous allons présenter donc un exemple de dispositif de mise la mise en valeur de la recherche scientifique, produit d'un partenariat entre le secteur public et le secteur privé. Il s'agit du site de réseautage social pour scientifiques « Researchgate » (<https://www.researchgate.net>). Ce site, créé en 2008, est devenu très vite populaire, notamment entre les chercheurs en informatique.

3. Researchgate et l'autorité mesurable

3.1. Les particularités de la recherche en informatique.

Researchgate est un dispositif qui est devenu rapidement très populaire auprès d'un grand nombre des chercheurs en « sciences exactes » et notamment en informatique. Par contre, ce dispositif est beaucoup moins connu dans la sphère des sciences humaines. Etant donné la nature bibliométrique et quantitative de ce support, nous allons essayer de décrire les particularités de l'évaluation de la recherche en informatique, très liées avec les procédures calculatoires et la quantification.

En effet, en informatique, la quantification en tant que processus axiologique pour l'évaluation des chercheurs au niveau international est la seule pratique depuis la naissance de cette discipline. Moins dépendante des langues nationales que les sciences humaines et sociales, la recherche en informatique est évaluée à partir du nombre de publications en revues et colloques qualifiants au niveau international. Les dernières années, la concurrence internationale a comme conséquence l'augmentation continue de l'exigence de publier de plus en plus d'articles et de communications. Plusieurs informaticiens s'interrogent sur cette situation. Par exemple, Dan Wallash observe que le système de promotion et de titularisation en informatique incite fortement les auteurs à produire autant de publications que possible, ce qui entraîne de « nombreux documents différents pour une idée donnée » .

« Our current system of promotion and tenure strongly incentivizes authors to collect as many publications as possible, resulting in many different papers for any one given idea » (Wallash, 2011, p. 33).

Dans ce contexte, les chercheurs doivent formuler des problématiques restreintes pour produire des résultats rapides sur des sujets pointus afin de publier assez fréquemment et affronter la concurrence.

Les méthodes d'évaluation d'articles et de communications ont été remises en question, plusieurs fois par les chercheurs en informatique eux-mêmes. L'« évaluation en simple aveugle » (le nom des auteurs sont visibles aux évaluateurs) – pratique très courante dans cette discipline – provoque de plus en plus de débats les dernières années. Même si certains informaticiens continuent à argumenter pour ce type de procédure (par exemple, d'après Ceci et Peters (1984), l'évaluation en simple aveugle est plus facile à administrer et permet aussi aux examinateurs de juger globalement une publication.), un nombre grandissant d'eux milite pour la généralisation de l'évaluation en double aveugle. Selon ces militants, l'évaluation en double aveugle non seulement est plus « juste » mais a comme résultat des publications de haute qualité (Snodgrass, 2007).

De la même façon, la domination de grandes maisons d'Édition qui dominent le champ des publications scientifiques a été souvent remise en question. Dans ce contexte, la gratuité et la mise en ligne de travaux publiés ou de

prépublications dans des archives ouvertes internationales devient de plus en plus une pratique courante. D'ailleurs, certains chercheurs vont plus loin en proposant la création d'un dispositif universel qui permettrait d'une part l'accès direct de tous les chercheurs en informatique à toute publication dans leur discipline au niveau mondial et d'autre part la réalisation des statistiques ainsi que l'évaluation quasi-automatique des chercheurs dans le cas des recrutements nationaux ou internationaux ainsi que dans le cas des promotions intra-universitaires (Wallash 2011).

Plusieurs informaticiens soulignent le besoin d'utilisation des archives ouvertes en tant que moyens de prépublication d'articles soumis à évaluation aux revues scientifiques (Korth, 2008).

Pour toutes ces raisons, des dispositifs combinant des fonctions « bibliométriques » (méthodes de calcul de publications) ainsi que des possibilités de connexions et de discussion directe informelle entre des chercheurs de différents pays avec des intérêts communs sont toujours susceptibles de devenir populaires auprès des chercheurs du champ informatique. Tel est le cas du dispositif Researchgate que nous dans ce texte.

3.2. L'exemple du Researchgate : l'autorité quantifiable d'une présence numérique

Créé en 2008, Researchgate propose deux types de fonctionnalités :

- 1) Fonctionnalités qui permettent le réseautage social : a) connexions entre chercheurs de type « followers », b) fora de discussion.
- 2) Fonctionnalités qui permettent la veille documentaire concernant les publications des chercheurs : moteur effectuant des recherches sur plus de sept bases de données majeures (PubMed, ArXiv, CiteSeer) et mille autres bases de données.

Research Gate est dans la lignée de dispositifs créés grâce aux synergies entre les institutions publiques et les sociétés privées. Plus précisément, il est en partenariat avec un grand nombre d'archives ouvertes en ligne ainsi que d'institutions de recherche afin d'une part de recenser le plus grand nombre possible de publications et d'autre part de constituer des réseaux de chercheurs basés sur leur appartenance institutionnelle. Dans cette perspective, le fondateur principal de la plateforme déclare que l'objectif du site est de rendre les chercheurs « plus collaboratifs » :

« I want to get scientists to start thinking more collaboratively [and to think] I'm doing something for the world ».

En d'autres termes, le site s'approprié les données des chercheurs sur le web pour faire construire des réseaux en ligne. L'objectif de « visibilité » est mis en

avant sur la page d'accueil du site. Comme nous pouvons voir sur la copie d'écran suivante, le chercheur est invité à « rendre sa recherche visible ». En plus, la possibilité de se connecter via Facebook rend évident le caractère social du site. Sur ce point, nous pouvons constater une contradiction : même si le site s'adresse clairement aux chercheurs – la zone la plus saillante de la page d'accueil est occupée par la spécification « For scientists » – la possibilité de se connecter via un site web de réseautage social généraliste qui est caractérisé par la possibilité de faire des « amis » et non de relations professionnelles provoque une confusion par rapport à la vraie identité du site : s'agit-il finalement d'un dispositif de mise en ligne de travaux ou d'un site communautaire

Figure 1 : www.researchgate.net

La réponse est en partie donnée à la page suivante. En cliquant sur la page d'accueil, l'internaute se trouve sur une page intermédiaire explicative du contenu du site. Comme nous pouvons voir sur la copie d'écran suivante, cette page présente les promesses du dispositif : a) rendre les travaux du chercheur visibles sur le site ("research visibility"), b) donner au chercheur la possibilité de se connecter avec d'autres chercheurs pour collaborer avec eux (« connect and collaborate ») et c) recevoir des statistiques concernant les consultations de son profil ou le téléchargement de ses travaux (« stats and metrics ») : l'utilisateur peut utiliser le site pour se faire connaître aux autres chercheurs tandis que les statistiques mesurent la popularité de son profil.

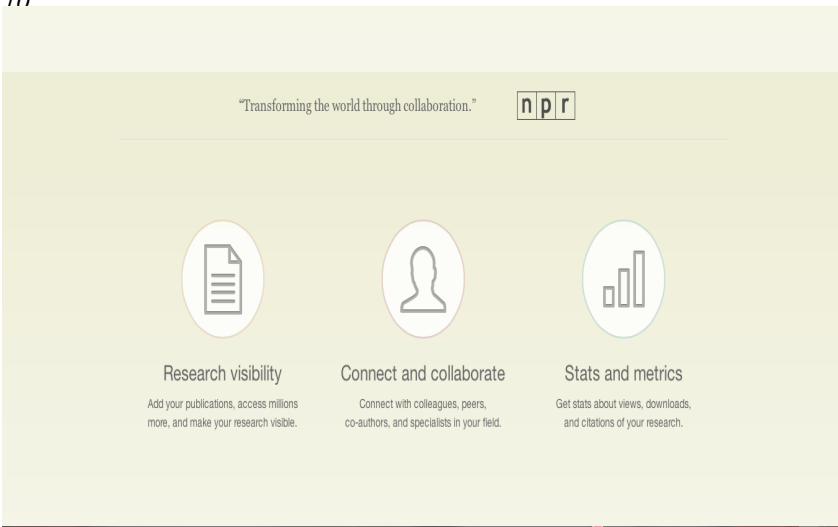


Figure 2 : www.researchgate.net

Une fois le chercheur inscrit, les robots d'exploration du dispositif se lancent dans la quête de publications portant le nom de l'utilisateur dans les bases de données et les archives ouvertes en partenariat avec le site.

Souvent, sur la base de publications recueillies, le site propose de nouveaux contacts à l'utilisateur. Comme nous pouvons voir sur la copie d'écran suivante, la fonction par défaut « invite my co-authors to researchgate » permet au dispositif de faire des suggestions de connexion à l'internaute en envoyant des invitations.

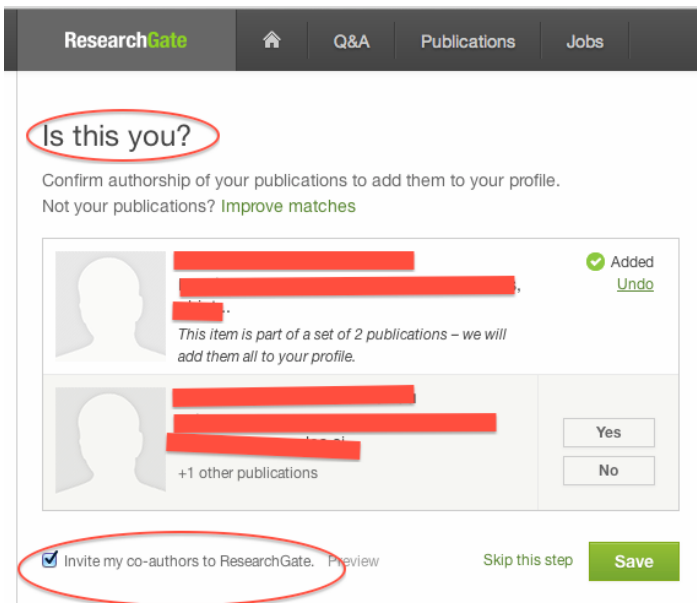


Figure 3 : www.researchgate.net

Par ailleurs, le dispositif se charge de la promotion des publications du chercheur/utilisateur auprès de ses « suiveurs » (« followers »). Chaque fois qu'une nouvelle publication est recensée dans les bases de données associées par les moteurs de recherche, un e-mail d'annonce est envoyé aux suiveurs du chercheur.

A part l'annonce de la nouvelle publication, trois types de statistiques sont mentionnés aussi dans cet e-mail:

a) Le « RG score » mesurant la réputation du chercheur auprès de ses collègues. Il s'agit d'une méthode qui calcule le nombre et la qualité d'interactions (longueur des échanges, ...) suite à chaque mise à jour du profil du chercheur. Dans le calcul, le RG score des chercheurs qui interagissent est pris en compte. Ainsi, les interactions avec des utilisateurs qui ont un RG score élevé font augmenter encore plus le RG score du chercheur évalué.

b) Le « facteur d'impact » (« impact points ») mesure l'impact des revues scientifiques dans lesquelles le chercheur publie. Pour ce calcul, « Researchgate » utilise l'index de Thomson Reuters Journal Citation Reports publié tous les ans.

c) Le nombre de publications recensées par le moteur de recherche.



Figure 4 : Annonce d'une nouvelle publication

De cette manière, le dispositif impose aux utilisateurs/chercheurs une grille d'évaluation basée sur le calcul, les données statistiques et la logique computationnelle du numérique. En accord avec la logique de la « web science », la qualité des chercheurs est évaluée à partir de données quantifiables, trouvées sur le web qui peuvent être traitées statistiquement. Ainsi, le dispositif

prend la forme d'une application web ouverte et neutre où l'« objectivité » est garantie par la fiabilité et l'abondance de données numériques. L'« imaginaire numéraire » du numérique (Ertzscheid, 2011), très en cohérence avec la « scientificité » de la statistique et de méthodes quantitatives des sciences dures, est utilisé pour légitimer ce dispositif en tant qu'évaluateur « objectif » et « fiable » de la recherche scientifique (Bouchard, 2008). D'ailleurs, comme Olivier Ertzscheid le note en 2011, la statistique du web est un écosystème facilitateur et multiplicateur de la moindre navigation et de la moindre publication.

Les méthodes de Researchgate rappellent d'ailleurs l'« indice de pertinence » (« page rank ») de Google où la pertinence de l'information est en rapport avec son référencement. Les « autorités informationnelles » calculées par Google sont des entités textuelles (mots-clés, noms de personnes, sites web, ...) qui sont référencées souvent par d'autres entités textuelles (sites web, blogs, fora, ...). Ce référencement est sous forme de liens (« liens entrants » ou backlinks) qui permettent l'accès direct à un contenu. En d'autres termes, les « autorités » sont calculées à partir de leur notoriété – le fait d'être connues d'un grand nombre d'acteurs du web. Or, « je connais » dans le cas du web, signifie « je fais connaître », « je donne accès à l'objet que je connais via des liens hypertextuels ». L'autorité est basée ainsi sur la reconnaissance et le « consensus » : une autorité numérique est un objet « reconnu » par les autres objets numériques ; c'est le point central dans un univers de connexions. Cette perception d'autorité rejoint la notion informatique de « hub » (nœud dans un système connecté). D'ailleurs, le sens propre de ce mot désigne le centre d'un cylindre qui sert à interconnecter tous les éléments du système.

3.3. Approuver pour rendre visible

Comme nous pouvons voir sur la partie gauche de la copie d'écran ci-dessous, le dispositif propose des domaines de compétences pour les chercheurs suivis par l'utilisateur et l'invite à « approuver » ces compétences en cliquant sur le bouton « endorse » au dessous de la compétence proposée. En plus, l'utilisateur peut voir directement une récapitulation de ses approbations dans la partie droite de l'interface (copie d'écran ci-dessous).

The screenshot displays the ResearchGate user interface. At the top, there is a navigation bar with 'ResearchGate' logo, a home icon, and links for 'Q&A', 'Publications', 'Projects', and 'more'. A search icon is also present. Below the navigation bar, there are two main tabs: 'ASK A QUESTION' and 'ADD YOUR PUBLICATIONS'. On the right side, a progress bar indicates 'Your profile is 75% complete'. The main content area is divided into several sections:

- Do your peers have these skills or expertise? :** This section shows two skill categories: 'Computer Networking' and 'Distributed Computing'. Each category has an 'Endorse' button and a 'Learn more' link.
- YOUR NETWORK ACTIVITY :** This section displays a list of recent activities, including 'followed', 'was endorsed for', and 'Endorsement added'.
- Live Feed :** This section shows a question asked by a user: 'Deploying a Java application in an open source cloud computing application'. The question text is: 'I want to deploy a Java application in an open source Cloud application. I want to setup a private cloud in a desktop hypervisor using an icore 5 PC with 8 GB RAM. I want to know which of the open source cloud application that I can set up in one PC only as per academic environment and test purposes without requir[ing]'. There are 'Follow' and 'Answer' buttons below the question.
- JOBS YOU MAY BE INTERESTED IN :** This section lists job opportunities, such as 'Tenure Track Assistant Professorship - Huma...' at the University of Zurich and 'Developer - Computer Science - Web Technol...' at the University of Bern.

Figure 5 Fonction : « endorse »

De cette façon, l'utilisateur participe à la configuration textuelle de son interface avec des actes d'écriture « euphoriques ». Comme c'est le cas d'un grand nombre de sites web de réseautage social, le dispositif donne la possibilité d'une action uniquement positive : l'utilisateur peut approuver ou ignorer la compétence proposée mais dans aucun cas, il ne peut cliquer pour critiquer ou « désapprouver ». En 1973, Roland Barthes décrivait le texte « euphorique » comme « celui qui contente, emplit, donne de l'euphorie. En 2013, Etienne Candel et Gustavo Gomez-Mejia reprennent le terme d'« euphorie » pour décrire la fonction du « like » sur Facebook. Cliquer sur l'entité textuelle « like » constitue un acte de co-écriture positive, « euphorique », de participation à la construction d'une configuration écrite collective. Dans ce cadre, les auteurs parlent de « conscription » qu'il s'agit du fait d'écrire avec ou ensemble. Dans le cas de Researchgate, nous considérons que la « conscription », devient un acte de rédaction collaborative dont l'objectif est l'évaluation sur une interface qui métaphorise la communauté scientifique. A partir d'actes de textualisation « euphoriques », la représentation d'une communauté scientifique basée sur l'expression des intérêts communs et de l'appréciation se construit textuellement. Dans cette communauté, la « reconnaissance par les pairs » prend la forme de « vote », d'« approbation ».

Cet acte scriptural d'approbation est conforme à la logique du « webcredibility », d'une expression qui prend l'allure d'un concept à étudier non seulement dans le monde marketing mais dans le monde de la recherche aussi (notamment anglosaxonne). Emergée avec le grand développement des sites web de réseautage social, ce terme est dans la lignée de l'illusion d'un dispositif qui permet la communication « directe » et « immédiate » entre acteurs, du web de « participation et non de publication ». En reprenant les catégories de «web credibility » d'un « gourou » du web, du psychologue B. J. Fogg (2003), on pourrait dire que des dispositifs comme Researchgate peuvent être vus comme des médiateurs qui imposent les règles d'une « crédibilité réputée » (« reputed credibility ») reposant sur la fonction d'« approbation » ainsi que d'une crédibilité « présumée » basée sur le comptage des publications des chercheurs. Ces deux types de crédibilité imposent des autorités cognitives (Wilson, 1983) dans un domaine disciplinaire. Le chercheur fréquemment « approuvé » est donc le chercheur qui devient une « autorité ». C'est le chercheur qui fait consensus et devient centre des interactions.

4. Conclusions

En 1975, Pierre Bourdieu parlait de lutte pour la distribution du « capital scientifique ». Cette approche dichotomique de Bourdieu s'appuie sur la métaphorisation de la notion du capital économique pour analyser les relations asymétriques d'autorité au sein du monde de la recherche. Des dispositifs comme Researchgate interviennent dans ce processus en le médiatisant. Or, il s'agit d'une médiatisation transformatrice qui s'appuie sur la quantification ainsi que sur l'idée de la « popularité » entre pairs.

Dans cette communication nous avons voulu démontrer comment les processus de médiatisation numérique se basent sur la nature numéraire du support pour mesurer en termes d'audience l'excellence et la réputation scientifique. Dans le cas du Researchgate, l'objectif est la construction des « autorités » disciplinaires à partir d'actes scripturaux qui représentent des votes. Un certain nombre d'éléments comme la présentation de nouvelles publications des chercheurs par le dispositif fonctionnent comme des systèmes d'aide à la décision pour « approuver » ou non l'autorité d'un participant.

L'autorité désigne donc la « quantité de la présence » du chercheur dans l'univers du web et sa notoriété au sein d'un dispositif social et bibliométrique. Par ailleurs, les actes de textualisation « euphoriques » imposées par le dispositif effacent toute « lutte » ou « critique ».

Dans le contexte calculatoire du numérique, l'évaluation de la compétence d'un chercheur en tant qu'expert dans un domaine scientifique est basée donc sur le calcul de réputation, de popularité et peut être mise en rapport, en concurrence ou en comparaison avec ses évaluations institutionnelles basées sur ses travaux, les prix, et/ou promotions universitaires.

BIBLIOGRAPHIE

Arendt, Hannah (1972). *La crise de la culture*. Paris : Gallimard.

Barthes, R. (1973). *Le plaisir du texte*. Paris : Seuil.

Bouchard, J. (2008). La communication nombre. *MEI, Médiation et Information* n° 28.

Bourdieu, P. (1975). La spécificité du champ scientifique et les conditions sociales du progrès de la raison. *Sociologie et sociétés*, 7, 1, 91-118.

Broudoux, E. (2003). Autoritativité, support informatique, mémoire . *Archivesic*, Récupéré le 10/12/2015 sur http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00001137.html .

Candel, E., & Gomez-Mejia, G. (2013). Signes passeurs et signes du web : Le bouton like, ou les ressorts d'un clic. *Manuel d'analyse du web en Sciences Humaines et Sociales* (pp. 141-146). Paris : Armand Colin.

Ceci, J. S., & Peters, P. D. (1984). How blind is blind review ? *American Psychologist*, 39, 1491-1494.

Chartron, G. (2010). Quelle redistribution du pouvoir dans l'espace documentaire académique ? *Enjeux politiques du document numérique* (pp. 71-87). Paris : ADBS.

Couzinet, V. (2009). *Dispositifs infocommunicationnels : questions de médiations documentaires*. Paris : Hermès Lavoisier.

Ertzscheid, O. (2011). L'imaginaire numéraire du numérique. *Affordance*, Récupéré le 10/12/2015 sur <http://affordance.typepad.com>.

Fogg, B., J. (2003). *Persuasive Technology: Using Computers to Change What We Think and Do*. San Francisco : Morgan Kaufmann.

Korth, F., H., Bernstein, A., P., Fernandez, M., Gruenwald, L., Kolaitis, P., McKinley K., & Özsu M., T. (2008). Paper and proposal Reviews : Is the process Flawed?. *SIGMOD Record*, 37, 3, 36-39.

Serres, A. (2012). *Dans le labyrinthe. Evaluer l'information sur Internet*, Caen : C&F.

Snodgrass T. R. (2007). Editorial: Single- Versus Double-Blind Reviewing, *The ACM Transactions on Database Systems*, 32, 1, Récupéré le 10/12/2015 sur <http://tods.acm.org/Editorials.html>.

Wallash, D. (2011). Rebooting the CS Publication Process, *Communications of the ACM*, 54, 10, 32-35.

Wilson, P (1983). *Second-hand knowledge : an inquiry into cognitive authority*, Westport : Greenwood Press.