

# Les Enjeux de l'information et de la communication

## Appel à articles

### L'information scientifique, à l'épreuve de sa médiatisation

#### Coordination :

Chérifa Boukacem-Zeghmouri (Elico, UCB Lyon 1)

[cherifa.boukacem-zeghmouri@univ-lyon1.fr](mailto:cherifa.boukacem-zeghmouri@univ-lyon1.fr)

Blanca Rodríguez Bravo (Université de León)

[blanca.rodriquez@unileon.es](mailto:blanca.rodriquez@unileon.es)

Le dossier proposé ici souhaite se consacrer aux enjeux contemporains de la mise en média de l'information scientifique *via* les plateformes du web (grand public et académique), qui conduisent à modifier en profondeur ses modalités de production, d'évaluation et de valorisation. Ce dossier se veut donc une contribution aux analyses critiques des logiques qui subordonnent ces modalités à des jeux médiatiques inédits dans l'univers de l'information scientifique.

La mise en média de l'information scientifique, initiée avec la « *Big Science* » (Price, 1963) et le développement de l'informatique dans les années 1960 s'est poursuivie comme un lent et profond processus avec le « *Mode II* » relatif à l'internationalisation, la capitalisation et l'industrialisation des sciences (Gibbons, 1997). Ce phénomène se prolonge et s'accélère aujourd'hui avec le Web et le développement globalisé de l'*Openness* (conjonction du Libre Accès aux publications scientifiques, aux données de la recherche et à la montée des discours en faveur de l'Open Science) pour devenir médiatisation. Celle-ci doit être comprise comme l'exposition systématique et récurrente, par le chercheur, de son activité scientifique sur les plateformes du Web social dans le but d'exercer une influence sur son audience (Erdt, 2017). La médiatisation en information scientifique véhicule la primauté de la communication sur l'information, conduisant les chercheurs à adopter des stratégies, et par là même, des postures qui sont en question. La médiatisation de l'information scientifique rejoint ainsi la « *super-science* » qui renvoie à une forme renouvelée de « féodalisation » de l'audience grand public de la science (Bauer, 2012) où le statut et l'intégrité de l'information scientifique sont interrogés.

A partir du prisme de la capitalisation de la science (Mirowski, 2008), la médiatisation de l'information scientifique est une conséquence des politiques de la recherche scientifique appuyées au *New Public Management*, des mécanismes de financements de la recherche sur projets et de la valorisation de la propriété intellectuelle (Nowotny, 2001). Ces processus pensent la recherche scientifique et

par ricochets, sa production scientifique, dans les termes de l'analyse coût-avantages ou du retour sur investissements (Whiteley, 2010). Et alors que les estimations bibliométriques prévoient qu'à l'horizon 2025, 90% de la production scientifique sera en Libre Accès, ces logiques gestionnaires, couplées à la puissance et à la capillarité du numérique, s'étendent aux modalités de création et de production de l'information scientifique. La médiatisation de l'information scientifique peut être considérée autant comme un levier dédié à réduire l'écart entre la culture des chercheurs et celle du marché. Elle est surtout le pendant de nouvelles règles du jeu qui se mettent en place dans l'univers de l'*Openness* où les anciens repères n'existent plus.

L'expression « *Publicize or Perish* » (Romm, 2009), venue s'ajouter à la célèbre et déjà ancienne « *Publish or Perish* », représente précisément les valeurs associées à la circulation médiatique de l'information scientifique sur les plateformes du Web. Cette circulation, comptée et incrémentée dans les algorithmes, est aujourd'hui examinée et prise en compte par les politiques européennes de la recherche (CE, 2016).

C'est pourquoi l'étude des formes contemporaines de médiatisation de l'information scientifique sur le Web, devient un enjeu majeur pour la compréhension des modalités de gestion et d'évaluation de la recherche scientifique, de l'évolution du rapport entre science et société (Boure, 2015) et plus particulièrement de l'informationnalisation de la société (Miège, 2004). Cette thématique est au centre d'enjeux culturels, politiques, scientifiques et économiques.

Se référant au syntagme Information – Communication et en prenant pour point d'entrée la capitalisation et la marchandisation de la science, ce dossier thématique propose d'étudier les régulations et les tensions qui interviennent dans les modalités de production, de valorisation et d'évaluation de l'information scientifique. Il porte une attention particulière aux enjeux de la médiatisation et à la redéfinition du statut des acteurs, de leurs stratégies, des contenus informationnels, des modèles socio-économiques et des valeurs culturelles. Les propositions attendues contribueront à une analyse de l'économie politique de l'information scientifique numérique, ouverte et globalisée.

Les contributions s'attacheront à l'un, ou à l'intersection, des axes décrits ci-dessous.

### **Axe 1. Le document scientifique : entre enjeux informationnels et médiatiques**

Ce premier axe met en lumière la complexité et l'épaisseur des infrastructures informationnelles et médiatiques au sein desquelles sont produits et sont diffusés aujourd'hui les articles scientifiques. Il est question de rendre compte de deux processus. D'une part, l'enrichissement du document scientifique numérique, composé de fragments informationnels, de leurs métadonnées et de leurs standards, qui contribuent à garantir sa validité et son intégrité. D'autre part, la circulation

médiatique du document – et de ses fragments – moissonné par les moteurs de recherches, partagé sur les réseaux sociaux (académiques et grand public). De fait, comment se dessine la redéfinition du statut du document scientifique et de ses modalités de création ? Comment les nouvelles formes et couches du document scientifique entérinent – ou pas – sa dimension ouverte et médiatique ? Et dès lors que la valeur du document scientifique dépasse la citation et s'élargit à sa médiatisation, comment se renouvellent les fondements de la bibliométrie et de la scientométrie qui ont prévalu jusque-là dans les régulations en œuvre ?

## **Axe 2. Le modèle éditorial de l'information scientifique : en question**

Cet axe porte sur la mutation des logiques sociales qui ont présidé jusqu'alors aux modalités de production, de diffusion et de valorisation de l'information scientifique. En prenant le cas de la sous-filière de la publication scientifique, il s'agit de questionner la pérennité et la pertinence du modèle éditorial, en regard de la globalisation, de la généralisation de la plateforme et l'entrée en jeu des acteurs du Web (Google, ResearchGate, Twitter...). Que devient le rôle de l'éditeur scientifique face à l'*Openness*, légitimée par les politiques européennes et internationales ? A quel(s) modèle(s) socio-économique(s) mène l'affrontement des stratégies des acteurs de contenus et des acteurs de la communication ? Quelles sont les manifestations de ces mutations sur la rationalisation des stratégies industrielles, qu'elles proviennent des acteurs dominants ou des intermédiaires ?

## **Axe 3. Le champ d'action des communautés de chercheurs : entre risques et opportunités**

Le troisième axe s'intéresse aux stratégies des chercheurs, en tant qu'acteurs impliqués dans le processus de création et de production de l'information scientifique. Face aux logiques de médiatisation qui traversent la science et la publication scientifique en particulier, comment se positionnent les chercheurs en tant que auteurs, évaluateurs, éditeurs scientifiques (*editors in chief*) et lecteurs ? Quelles conséquences ont leurs stratégies sur la nature et le statut de l'information scientifique qu'ils produisent ? Comment les chercheurs adhèrent-ils – ou pas – à la montée de la médiatisation de l'information scientifique dans le régime numérique ? Comment sont-ils amenés à interpréter les prescriptions - voire les injonctions - de médiatisation des politiques de l'*Openness* ? Et enfin, à quelles opportunités (visibilité, reconnaissance, financement...) ou à quels risques (fraude, « science-spectacle », charlatanisme...) les stratégies de médiatisation ont-elles conduit les chercheurs ?

## **Axe 4. « Audience » et « impact » de l'information scientifique médiatisée : ambiguïtés et tensions**

Ce quatrième axe souhaite susciter des propositions rendant compte des discours de l'*Openness* qui invitent les chercheurs à s'adresser à une « audience élargie », dont la définition reste vague, mais où la référence au citoyen est souvent présente. Ceci pour susciter des débats et des interactions comptabilisés dans de nouvelles métriques (Nicholas, 2017), qualifiées d'Altmetrics, adaptées à l'ère de l'*Openness*, et

qui garantissent au chercheur un statut de « *Digital Influencer* », capable par sa notoriété de peser sur le débat public et l'agenda politique. Cet axe accueillera donc les analyses portant sur les tensions qui se jouent autour de l'émergence de ces nouvelles formes de mesures d'influence, qualifiées « d'Impact » (Penfield, 2014). Ces nouvelles métriques médiatiques deviennent-elles les filtres d'un environnement où l'*Openness* a fait perdre les repères jusque-là établis ? Il s'agit ici de penser de manière critique les enjeux des régulations actuelles autour de la circulation médiatique de l'information scientifique qui entrent désormais en compte dans son évaluation.

### **Modalités de soumission et calendrier**

Le dossier fait appel à des travaux inédits et des analyses originales et récentes, relevant des sciences de l'information et de la communication. L'appel, diffusé en français, espagnol et anglais accueille des propositions soumises dans ces langues.

Les propositions soumises présentent une problématique, une méthodologie et apportent des éléments sur les résultats et conclusions envisagés. La longueur des propositions est de 4000 signes (espaces non compris). Elles sont à adresser à Chérifa Boukacem-Zeghmouri : [cherifa.boukacem-zeghmouri@univ-lyon1.fr](mailto:cherifa.boukacem-zeghmouri@univ-lyon1.fr) et à Blanca Rodríguez Bravo : [blanca.rodriguez@unileon.es](mailto:blanca.rodriguez@unileon.es) pour le **19 septembre 2018**.

Après sélection par le comité de lecture (réponse le **18 octobre 2018**), les premières versions complètes des textes (de 25 000 signes espaces non compris et rédigés selon les normes éditoriales des articles de la revue disponibles à cette adresse : <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/pageshtml/soumettre.html>) sont à remettre pour le **15 février 2019** elles seront soumises alors à une évaluation en double aveugle.

A la suite de cette phase, la version définitive du texte (prenant en compte les éventuelles remarques et retours des évaluateurs), incluant les corrections mineures ou majeures demandées, sera soumise au comité éditorial de la revue qui est souverain pour l'accord définitif de publication en **juin 2019**.

### **Références bibliographiques principales :**

Bauer, M. W., 2012. Changement de paradigme de la communication scientifique. Un public critique pour la science commercialisée ? *Questions de communication* (21), 123–144.

Boure, R., Lefebvre, M., 2015. Entre science légitime et science amateur : le devenir trivial d'une information scientifique sur internet. *Les enjeux de l'information et de la communication* (16), 143–152.

Commission Européenne, 2016. Open innovation, Open Science, Open to the World. A Vision for Europe. Rapport disponible à partir de l'URL : <http://www.openaccess.gr/sites/openaccess.gr/files/Openinnovation.pdf>

- Erdt, M., Aung, H. H., Aw, A. S., Rapple, C., Theng, Y.-L., Aug. 2017. Analysing researchers' outreach efforts and the association with publication metrics: A case study of kudos. *PLOS ONE* 12 (8), e0183217+. URL <http://dx.doi.org/10.1371/journal.pone.0183217>
- Gibbons, M., Limoges, C., Nowotny, H., 1997. The new production of knowledge: the dynamics of science and research in contemporary societies. Sage.
- Miège, B., 2004. L'information-communication, objet de connaissance. De Boeck, Bruxelles.
- Nicholas, D. M., Twidale, M. B., 2017. Metrics for openness. *JASIST* 68 (4), 1048–1060.
- Mirowski, P., Sent, E.-M., 2008. The commercialization of science and the response of STS. In: Hackett, E., Amsterdamaka, O., Lynch, M., Wacjman, J. (Eds.), *The Handbook of Science and Technology Studies*. MIT Press, pp. 635–689.
- Nowotny, H., Scott, P., Gibbons, M., 2001. *Re-thinking Science. Knowledge and the Public in an Age of Uncertainty*. Polity Press.
- Penfield, T., Baker, M. J., Scoble, R. S., Wykes, M. C., 2014. Assessment, evaluations, and definitions of research impact: A review. *Research Evaluation* 23 (1), 21–32.
- Price, 1963. *Little science, Big science*. Columbia University Press.
- Romm, J., 2009. Publicize or Perish. *Physics World* 22 (10), 22–23.
- Whitley, R., Gläser, J., Engwall, L. (Eds.), 2010. *Reconfiguring Knowledge Production. Changing Authority Relationships in the Sciences and their Consequences for Intellectual Innovation*. Oxford University Press.