Participation et création de valeur dans la communication des savoirs scientifiques. Les promesses d’*Hypotheses.org* et de *The Conversation*

Ingrid Mayeur (Université de Liège/Université libre de Bruxelles [ULB]/UCLouvain)

Résumé

La présente contribution entend mener l’étude des *promesses communicationnelles* portées par les dispositifs médiatiques requérant la participation des chercheurs voire, dans certains cas, du grand public, en prenant pour terrain d’analyse deux sites agissant sur des plans distincts : l’un opérant sur une scène d’énonciation scientifique, *Hypotheses.org*, l’autre sur une scène d’énonciation journalistique, *The Conversation*. Ces promesses seront lues suivant une approche narrative et l’on précisera le rôle joué par la participation dans le récit de chaque organisation médiatique : on montrera ainsi comment la participation contribue à charger de valeur la communication des savoirs scientifiques dans ces dispositifs médiatiques. Enfin, nous questionnerons l’adhésion à l’*impératif de transparence* dont ces promesses se font l’écho, sous des modalités diverses, et la manière dont il influence la circulation sociale des savoirs.

Mots-clés : dispositif médiatique ; blogging scientifique ; Hypotheses.org ; The Conversation ; science ouverte ; transparence ; participation

La décennie écoulée a vu se multiplier les injonctions institutionnelles et politiques en faveur d’un renforcement de l’axe science-société, qui mettrait à la disposition du plus grand nombre les savoirs issus des disciplines scientifiques, mais encore favoriserait leur appropriation par des publics extra-académiques en vue d’éclairer des problématiques d’intérêt général. Ces publics sont du reste invités à apporter leur contribution au processus d’élaboration des savoirs, en participant par exemple au recensement d’espèces botaniques ou en aidant à l’identification de documents d’archive. Une telle dimension collective, reposant sur une conception de la science comme bien commun, s’intègre à un mouvement plus global en faveur d’une *science ouverte*, stimulé par le déploiement d’outils collaboratifs ainsi que par les possibilités de dissémination sans précédent offertes par la communication scientifique numérique. Une science ouverte donc, où les méthodes et les produits de la recherche (résultats, données, évaluations, etc.) seraient librement accessibles au lecteur sans l’entrave de barrières limitant leur circulation géographique ou sociale (Commission Européenne 2016; Rentier 2018)[[1]](#footnote-1). La science ouverte est ainsi solidaire d’une réflexion sur les modes de production et de diffusion des savoirs dans les infrastructures de communication de la recherche : elle s’enracine d’ailleurs dans le courant de l’accès ouvert aux publications scientifiques.

Ces infrastructures véhiculent des représentations de la science, de ses producteurs et de ses publics ; elles anticipent des usages, qui conditionnent leur instrumentation matérielle et les logiques de circulation des textes. Les sciences de l’information et de la communication, attentives de longue date à ces aspects, sont à l’origine d’un vaste programme de recherche sur la circulation sociale des savoirs (p. ex. Chartron et Schöpfel 2017; Dillaerts et Boukacem-Zeghmouri 2018). Plus particulièrement, elles ont interrogé les

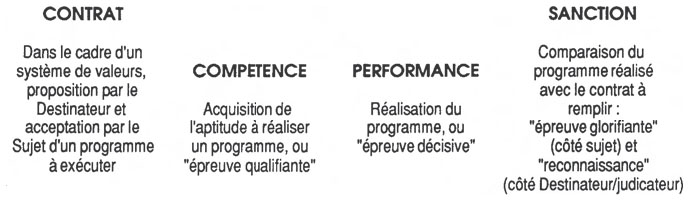
métamorphoses que connaissent les savoirs au sein du social, notamment le rôle joué par les dispositifs médiatiques comme sources d'imposition de formes et de mobilisation d'investissements, mais aussi la dimension poétique des pratiques de discours, des interprétations, de la reprise polyphonique des paroles sur les savoirs dans la société. (Jeanneret 2004, 22)

C’est dans cette optique que nous désirons enquêter sur le rôle dévolu à la *participation* dans les dispositifs médiatiques se revendiquant d’une inscription sur l’axe science-société. Nous prendrons pour terrains d’analyse deux sites requérant une participation des chercheurs voire, dans certains cas, du grand public, mais agissant sur des plans distincts : l’un opérant sur une scène d’énonciation[[2]](#footnote-2) scientifique, *Hypotheses.org*, l’autre sur une scène d’énonciation médiatique, *The Conversation*. Nous emprunterons pour ce faire plusieurs éléments issus du cadre théorique élaboré par Yves Jeanneret dans ses travaux sur la *trivialité* (Jeanneret 2008; 2014), partant du principe que toute communication est *instrumentée* en fonction d’imaginaires, de valeurs et de normes choisies par les sociétés humaines pour organiser la circulation de leurs productions culturelles. Celles-ci font l’objet de médiations matérielles et symboliques dans le processus de leur mise en partage, anticipant des réappropriations (Jeanneret 2008) ; médiations dont s’*emparent* les organisations pour créer de la valeur et du pouvoir (Jeanneret 2014). Ce cadre théorique, dont on restreint ici considérablement la richesse et la complexité[[3]](#footnote-3), est de nature à nourrir notre approche problématique. Dans le contexte de la science ouverte, marqué par des injonctions au renforcement des échanges science-société, la participation peut être considérée comme une manière de doter les savoirs scientifiques d’une plus-value. Comment les dispositifs médiatiques s’y prennent-ils pour susciter et attester des pratiques participatives destinée à charger de valeur les savoirs scientifiques ? Avec quelles implications quant au rôle social dévolu à ces savoirs ?

Nous mènerons notre analyse en deux temps. Dans un premier temps, nous rechercherons la *promesse* portée par chacun des deux dispositifs médiatiques ; celle-ci étant entendue comme l’« expression explicite d’une proposition sur la communication et ce qu’elle peut apporter à ses publics. » (Jeanneret 2014, 14). Suivant la position exprimée par Davallon *et al.* en conclusion de *Lire, écrire, récrire*, selon laquelle « les objets n’ont pas de sens […] indépendamment des projets » (Davallon et al. [2003] 2013, paragr. 56), il nous semble en effet pertinent d’étudier sous l’angle de la promesse le projet médiatique porté par ces dispositifs, anticipant des usages et orientant les pratiques de lecture/d’écriture des discours de savoir par leur instrumentation matérielle[[4]](#footnote-4). Au demeurant, il n’y a pas lieu de vouloir pointer d’éventuels *écarts* entre le projet et sa matérialisation, mais bien davantage d’étudier comment s’incarne la promesse portée par ces dispositifs et comment elle fait vivre le projet de participation qu’elle explicite.

De fait, la promesse communicationnelle apparaît comme un moyen efficace de fédérer une communauté d’utilisateurs autour de valeurs et de pratiques portées par le média, tout particulièrement lorsque, comme dans les deux cas que nous proposons d’étudier, ces dispositifs reposent sur la sollicitation d’intervenants extérieurs (chercheurs pour l’essentiel, mais encore publics — universitaires ou non — incités à prolonger le débat par des commentaires). Les promesses communicationnelles portées par les dispositifs médiatiques pourraient ainsi être appréhendées au prisme du schéma narratif canonique de Greimas, tel que repris par Floch pour l’analyse des narrations organisationnelles (Floch 1990, 58 *sqq*.). Elles reposent sur une série de discours d’accompagnement[[5]](#footnote-5) (p. ex. rubriques d’explicitation du projet éditorial du type « À propos », charte ou encore « Qui sommes-nous ? », etc.) *racontant* la quête menée par l’organisation médiatique, ses compétences et ses performances.

Fig. 1. « Le schéma narratif » (Floch 1990, 61)



Nous posons l’hypothèse que la participation constitue la *sanction* exercée par les usagers de ces dispositifs, producteurs et consommateurs de savoirs, en tant qu’ils sont présentés comme les destinateurs de cette quête d’un renforcement du lien science-société. La participation apparaîtrait alors comme une reconnaissance de la capacité de l’organisation médiatique à rencontrer les attentes des destinateurs dans le cadre du système de valeur de la science ouverte, où les savoirs sont considérés comme un *bien commun,* avec pour conséquence la désirabilité d’une circulation maximale des matériaux et produits de la recherche ainsi que l’intensification des échanges science-société. La participation devient de ce fait un enjeu, et son succès est susceptible d’être mis en scène afin de susciter de nouvelles participations.

Dans un second temps, nous interrogerons plus en détail à la lumière de cette analyse le projet participatif porté par l’un et l’autre dispositif médiatique, ainsi que les représentations qu’il engage de l’activité scientifique et du rôle social dévolu à la communication des savoirs. Notre travail s’appuiera sur une analyse qualitative des dispositifs informatisés, et tout particulièrement des discours d’accompagnement qui s’y inscrivent. Les textes sur lesquels repose notre étude sont repris dans les sources primaires de la bibliographie, précédés d’un chiffre entre crochets : c’est par ce chiffre que nous y ferons référence. Nous ne nous situons donc pas ici dans une approche reposant sur des entretiens avec les parties prenantes tels que menés dans (Falgas et Appel 2015; Falgas 2017a; 2017a) ; de même, si nous ne nous appuyons pas sur une étude des participations concrètes des publics à la recherche (sur la base d’un corpus de commentaires par exemple, ou de projets de sciences participative qui sont effectivement menés sur plusieurs carnets d’*Hypotheses.org*), nous projetons d’élucider en quoi le dispositif suscite la participation des utilisateurs et le rôle qui leur est assigné, ainsi que la manière dont cette participation charge de valeur la communication scientifique.

# Analyse

## La promesse communicationnelle et le programme narratif des dispositifs médiatiques étudiés

Les dispositifs étudiés, ainsi qu’on l’a mentionné, appartiennent à deux sphères d’activité distinctes. *Hypotheses.org* est une plateforme de blogs scientifiques (encore dénommés *carnets de recherche*[[6]](#footnote-6)) en sciences humaines et sociales, créée en 2008. Elle est intégrée au portail *OpenEdition*, infrastructure d’édition scientifique à but non lucratif émanant d’une initiative publique[[7]](#footnote-7). La plateforme héberge et éditorialise des carnets et des billets alimentés par les producteurs de la recherche en sciences humaines et sociale[[8]](#footnote-8). *The Conversation* est un média d’actualité numérique et collaboratif, également sans but lucratif, publiant des textes écrits par des chercheurs édités avec le concours de professionnels de l’information.

La promesse se dévoile déjà, au premier chef, dans la dénomination même des plateformes : si *Hypotheses.org* s’inscrit dans la temporalité du provisoire*,* où s’expérimentent des formes d’écritures qui font du carnet un véritable *lieu d’élaboration* de la recherche [2], *The Conversation* semble poursuivre au quotidien le projet d’un échange « destiné à faire entendre la voix des enseignants-chercheurs dans le débat citoyen » [5] — ce débat étant d’ailleurs régulé par les règles d’interactions de la *communauté* [7]. Au demeurant, *Hypotheses.org*, en tant qu’« espace de communication *directe* vers un large public » [4, *nous soulignons*], ne réfute pas pour autant le projet d’une conversation. Grâce à l’ouverture du dispositif et son ancrage dans le web collaboratif, celle-ci pourrait d’ailleurs ne pas se limiter aux membres de la communauté scientifique : « Les carnets de recherche sont des lieux du web 2.0, qui permettent techniquement la conversation, avec les collègues de la même discipline, d’autres disciplines ou encore avec le “grand public” » [2][[9]](#footnote-9).

Les modalités de la participation apparaissent donc orientées par des injonctions qui assignent aux acteurs et aux publics de la science un rôle au sein du dispositif. Si la promesse de *The Conversation* repose sur la diffusion d’une information fiable éclairée par l’expertise universitaire, en vue d’en permettre la mobilisation par les lecteurs dans les débats sociaux (et donc, une appropriation par eux des savoirs diffusés), la promesse portée par *Hypotheses.org* se donne surtout à lire sous le signe d’une *ouverture* de la communication scientifique, par la liberté d’accès au texte, la diversité du public anticipé et la possibilité d’expérimenter pour le chercheur de nouvelles formes d’écriture scientifique — le conseil scientifique définit ainsi son rôle comme celui d’un *ouvreur de frontières* [1,2].

À ce stade, il nous semble utile de formaliser dans un schéma narratif la manière dont se racontent ces organisations médiatiques à partir de leurs discours d’accompagnement, en mobilisant le schéma narratif de Floch (cf. fig. 1) :

Fig. 2 : Schéma narratif appliqué à *Hypotheses.org*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Contrat/promesse** | **Compétence** | **Performance** | **Sanction** |
| ***Ouvrir les frontières [de la communication scientifique]*** | **Savoir-faire dans l'édition scientifique numérique** (impliquant la formation, et l’accompagnement des usagers) [1, 4]  **Expertise scientifique** du comité [1,2]  **Engagement dans l’accès ouvert** [1]  **Dimension internationale** (multilinguisme) [1, 4] | **Dispositif médiatique et ses implications** : valorisation des billets et des carnets en page d’accueil [A], choix de thèmes du CMS WordPress comme outil de blogging, fonctionnalités de commentaire et de partage de contenu, etc. | **Participation** : croissance du nombre de carnets et de visites [1,3,4], données statistiques en accès libre [3] rayonnement international [3], commentaires [2] |

Fig. 3 : Schéma narratif appliqué à *The Conversation*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Contrat/promesse** | **Compétence** | **Performance** | **Sanction** |
| ***Faire entendre la voix des enseignants-chercheurs dans le débat citoyen, de manière à assurer une information fiable et de qualité*** | **Expérience journalistique** [B, 1, 5, 6, 9, 10, 12, 14]  **Expertise universitaire** [B, 9, 10]  **Transparence** [6, 10, 14]  **Dimension internationale** [5, 6, 9, 14]  **Modération des échanges** [7, 8] | **Dispositif médiatique et ses implications** : Une informationnelle [B], anticipation de la circulation médiatique [8, 13, 17], commentaires, etc. | **Participation** : rayonnement [14], nombre de partenaires [12], quantification des participations financières [10], flux et quantification de l’audience [B] |

On voit ainsi de quelle manière les compétences de l’organisation apparaissent non seulement comme la condition de possibilité de l’*implication* et de la matérialisation du dispositif médiatique, mais encore comme une garantie propre à susciter la confiance et à encourager la participation.

On notera enfin que la notion de *promesse communicationnelle*, inscrite dans une conception de la communication en tant que *processus* qui est celle du cadre théorique de la *trivialité*, est proposée comme alternative au *contrat de communication* considéré comme comme trop statique (voir, *e.a*., [Jeanneret 2008, 156 *sqq*.]). Le schéma n’invalide pas cette perspective si l’on considère que la participation, de sanction, peut être réinvestie en tant que compétence nécessitant de nouvelles instrumentations du dispositif au fur et à mesure de son développement : ainsi, la croissance d’*Hypotheses.org* lui a ouvert une dimension internationale qui a entraîné l’apparition de différentes plateformes linguistiques. En d’autres termes, ainsi que le soulignait Millerand dans un article sur les *imaginaires de la science 2.0.*:

Si les usagers sont bel et bien configurés a priori, des processus de reconfiguration sont à l’œuvre dès lors que les dispositifs sont insérés dans les pratiques sociales. Les significations construites par les usagers sur les dispositifs contribuent indubitablement à les façonner et à les modifier, voire à les réinventer, dans certains cas. (Millerand 2015, paragr. 10)

Cette perspective permet de lire la promesse communicationnelle des deux organisations médiatiques en tant qu’elles sont engagées dans un processus de déploiement commandé par les modes de participation. Il est donc essentiel pour les organisations médiatiques étudiées de mettre en exergue les participations témoignant du succès rencontré par la promesse communicationnelle : sont ainsi diffusées des quantifications d’usages (logs de connexion), des cartographies, voire sur *The Conversation* le flux des comptes associés sur les réseaux sociaux (cf. colonnes *sanctions*)[[10]](#footnote-10).

## Quelle participation ? Enjeux de la diffusion sociale des savoirs et impératif de transparence

L’analyse des promesses communicationnelles qui vient d’être menée donne à voir des conceptions contrastées du rôle social dévolu à la circulation des savoirs scientifiques et à la participation dans les deux organisations médiatiques étudiées. Ces organisations explicitent d’ailleurs des règles ou orientations plus ou moins contraignantes à l’attention des usagers, qui précisent les modes de participation attendus. Sur *Hypotheses.org*, elles se présentent sous la forme d’une collection ouverte d’exemples donnant à voir une pluralité de logiques d’écritures dans les carnets [2], invitant à une appropriation personnelle dans respect des aspects *éthiques* de la recherche et de sa communication. Ces prescrits s’adressent ainsi, prioritairement, aux producteurs de savoir et aux chercheurs en particulier. En revanche, *The Conversation* anticipe quatre modalités de participations distinctes. La première concerne les interventions dans les commentaires qui suivent les articles, cadrées sur le modèle des règles d’utilisation des forums de discussion [7] : on y retrouve des conseils pour accroître le caractère constructif des débats, mais encore des interdictions (p. ex. diffamation, plagiat) dont le non-respect entraînera potentiellement la suppression de la contribution. La deuxième modalité, plus souple, se dessine à l’attention des institutions de recherche auxquelles est dévolue la mission de solliciter, par ricochet, la participation des enseignants-chercheurs en faisant la promotion des avantages que présente pour eux ce canal de communication [11][[11]](#footnote-11). D’autres organisations médiatiques sont par ailleurs invitées à relayer ces contenus estampillés d’un sceau de validité en raison de leur production par des experts universitaires [13][[12]](#footnote-12) et à amplifier ainsi la *conversation* par la republication des contenus [8, 13]. Un dernier type de participation est de type financier, sous la forme de dons fiscalement déductibles [16]. On voit ainsi comment, dans ce dernier dispositif, la circulation médiatique se dote d’un appareillage destiné à amorcer et accroître la dynamique de participation, *Hypotheses.org* restant pour sa part plus flou quant à la participation effective des lecteurs (que l’on conseille cependant aux carnetiers et carnetières d’anticiper dans les billets [2]).

Nous montrerons à présent comment chacune des deux promesses, à sa manière et avec une intensité certes variable, répond à l’*impératif de transparence* (Catellani et al. 2015)qui s’est peu à peu généralisé dans la communication des organisations, alignant ainsi les pratiques communicationnelles de la science sur celles d’autres secteurs d’activités, marchands ou non marchands. La transparence est en effet posée, estimons-nous, comme un critère susceptible d’encourager la participation au sein des deux organisations médiatiques étudiées ici.

L’*impératif de transparence* apparaît désormais comme un principe d’ordre éthique, indispensable à la construction de la confiance entre les parties prenantes. À cet égard, *The Conversation* multiplie les ouvertures, que ce soit dans la déclaration d’intérêt figurant sous le nom des experts au sein des articles — véritable « dispositif de “mise en scène” de la transparence » (Catellani et al. 2015, 8) —, la rubriques d’explicitation des procédés de financement [10] ou les chartes [6, 14]. Dans la communication de *The Conversation*, cette transparence est mise au service des valeurs éthiques portées par l’organisation, qui se déclare tout entière dévouée à l’*intérêt général* [7, 14]. La transparence, qui va de pair avec l’*indépendance* de l’organisation [5], est ainsi posée comme une garantie de son *intégrité* [6] et de la fiabilité des publications, les auteurs tout comme les éditeurs étant libres de toute pression partisane et/ou financière[[13]](#footnote-13). Car c’est bien sur cette mission démocratique de lutte contre la désinformation, établissant sa plus-value sociale — il s’agit en effet « d'aider à rebâtir la confiance envers des contenus journalistiques de qualité. » —, que se fonde la communication de *The Conversation* : grâce à l’expérience journalistique de ses rédacteurs, l’organisation dote de valeur les productions de la recherche en les diffusant sur une scène médiatique originale, dont elle souligne la différence avec d’autres genres de la communication médiatique ou scientifique[[14]](#footnote-14). Cette mission d’intérêt général garantie par l’indépendance politique et financière de l’organisation médiatique encourage une éventuelle participation financière des institutions et lecteurs [16][[15]](#footnote-15), dès lors admis dans le cercle des « Amis de The Conversation » [15]. Enfin, la transparence est également requise dans le chef des participants aux discussions : « Nous exigeons vos véritables noms : pas d'anonymes ou de pseudos sur le site. Ainsi, le forum sera *transparent*. » [7, *nous soulignons*].

Du côté d’*Hypotheses.org*, bien qu’il y ait également une attention exprimée à l’égard des aspects éthiques de la recherche et de sa communication [2], cet impératif de transparence se décline plutôt dans la promotion d’un format d’écriture à même de consigner ponctuellement le quotidien de la recherche en sciences humaines et sociales et de mettre en lumière sa dimension processuelle et collective ; en quelque sorte, d’offrir le moyen d’une communication *directe* [4][[16]](#footnote-16) de ses productions intermédiaires. En effet, la communication scientifique ouverte semble suivre également cet idéal de transparence — que l’on songe seulement au titre de l’ouvrage de Bernard Rentier, *Science ouverte, le défi de la transparence* (Rentier 2018) — et en particulier l’intitulé du chapitre 4, « Vers une science plus transparente ». On l’a souligné, le public-cible visé par les injonctions à la participation sur *Hypotheses.org* est presque exclusivement à rechercher du côté des producteurs de savoir eux-mêmes. La plateforme offre ainsi aux chercheurs l’opportunité d’expérimenter de nouveaux modes d’écriture, et de le faire publiquement, en tenant compte d’un éventuel lectorat extra-universitaire. La valeur est dès lors créée par les possibilités qu’ouvre la matérialité du dispositif, autorisant le recours aux méthodes collaboratives mais aussi la mise en publicité des étapes intermédiaires, des données (p. ex. données statistiques sur les carnets en accès libre [3]), des processus de la recherche (p. ex. gestes physiques ou intellectuels, voire de programmation logicielle) promue par la science ouverte.

Au demeurant, l’impératif de transparence se double, dans le chef des producteurs de savoir, d’un enjeu de visibilité rendant la participation désirable. L’environnement institutionnel de la recherche, sous l’impulsion, notamment, des politiques européennes relatives à la science ouverte, commande aux chercheurs d’assurer à leur production une circulation sociale qui soit aussi large que possible, et ceci peut inclure une présence médiatique (radio, télévision, presse imprimée ou en ligne, etc.). Ainsi qu’on l’a montré, *The Conversation* se positionne simultanément sur ces deux versants, annonçant associer dans ses publications *l’expertise universitaire* à *l’expérience journalistique* ; mais encore, en assurant un rôle de *relais vers d’autres médias* [5]et maximisant le potentiel de circulation sociale des textes — accroissant du même mouvement le capital symbolique de leurs auteurs, signalés à l’attention d’autres organisations médiatiques [13][[17]](#footnote-17). D’un autre côté, *Hypotheses.org* est situé à l’origine par ses concepteurs parmi les « médias numériques en sciences humaines et sociales » (Dacos 2012) à même d’offrir une alternative aux médias traditionnels. Inscrite sur la scène de la communication scientifique, elle veille à assurer aux carnets hébergés une forme de légitimité dans la sphère de la publication scientifique, qui passe par l’attribution d’un ISSN ou l’inscription dans un catalogue dont les entrées thématiques ou les catégories correspondent à des activités de recherche[[18]](#footnote-18). Malgré ce positionnement *a priori* antagoniste qui inscrit les démarches de publication sur l’une et l’autre plateforme dans des logiques propres, on constate des parutions simultanées de textes identiques (ou presque) dans l’un et l’autre espace communicationnel : c’est le cas par exemple de certains écrits de *Carnet de terrain*, le blog de la revue d’anthropologie et de sciences humaines *Terrain*[[19]](#footnote-19)). On pourrait alors en déduire que les deux plateformes, malgré leurs différences, participeraient d’une zone de publication commune au sein de laquelle le chercheur ou la chercheuse se dégagerait de la tendance à l’autonomisation du discours théorique (dont le discours scientifique participe dans la conception traditionnelle, *cf*. la typologie énonciative de (Bronckart et al. [1985] 1994)) pour se retrouver aux prises avec le monde et son actualité[[20]](#footnote-20).

## Conclusion

Dans cette étude, nous avons voulu montrer en quoi les deux organisations médiatiques que sont *Hypotheses.org* et *The Conversation* se situent chacune sur l’axe science-société en énonçant des promesses communicationnelles distinctes, ayant cependant en commun de reposer sur des récits au sein desquels la participation (des chercheurs, des institutions, des publics extra-universitaires) sanctionne l’adéquation entre une promesse et le dispositif médiatique dans lequel elle s’incarne. Au demeurant, le public extra-universitaire ne reste qu’esquissé, bien qu’il soit postulé comme étant demande d’informations fiables et potentiellement intéressé par les écrits de la recherche pour alimenter une réflexion citoyenne. Le destinateur avec lequel se conclurait la promesse communicationnelle des dispositifs semble bien être, en premier lieu, les producteurs de savoirs dont il faut s’assurer la participation pour amorcer ensuite des participations d’autres types (dons, commentaires, republications, etc.).

Dans l’une et l’autre organisation médiatique, la participation est conditionnée au respect d’un impératif de transparence : si, pour *Hypotheses.org*, cette transparence se manifeste dans la promotion d’un effacement des médiations de la communication scientifique, alimentant l’imaginaire d’une diffusion *directe* du producteur au consommateur, sur *The Conversation* la transparence est garante de la validité les contenus diffusés en ce qu’ils seraient fournis par des producteurs dégagés de tout intérêt politique ou financier (il est en effet question, pour mémoire, de *rebâtir la confiance envers des contenus journalistiques de qualité* [5], bien que la préoccupation pour une *libre circulation de l’information* ne soit pas pour autant absente [8]). Il n’en reste pas moins que le média collaboratif entend susciter la confiance en se démarquant d’une *mise en scène* des informations, procédé ramené au même niveau, ou peu s’en faut, que les pratiques de désinformation [14][[21]](#footnote-21). Il y aurait sans doute lieu de creuser plus avant cette relation de nécessité établie entre transparence et fiabilité de l’information, en investiguant les manières dont la transparence peut précisément faire l’objet d’une construction destinée à entraîner l’adhésion d’un auditoire[[22]](#footnote-22) ; mais encore, plus largement, d’assumer que toute information fait l’objet d’une mise en scène, ne serait-ce qu’à travers sa médiation dans un dispositif porteur d’imaginaires de la communication.

Bibliographie

L’ensemble des liens a été vérifiés le 17 juillet 2020.

Sources primaires

[A] Hypotheses.org [section francophone], <https://fr.hypotheses.org/> [page d’accueil]

[1] Hypotheses.org [section francophone], « À propos », <https://fr.hypotheses.org/a-propos-dhypotheses>.

[2] Hypotheses.org [section francophone], « Hypothèses vue par son conseil scientifique », <https://fr.hypotheses.org/hypotheses-vue-par-son-conseil-scientifique>.

[3] Hypotheses.org [section francophone], « Statistiques d’Hypothèses », <https://fr.hypotheses.org/statistiques>

[4] Hypotheses.org [section francophone], « Créer et gérer votre blog », <https://fr.hypotheses.org/creer-et-gerer-votre-blog>

[B] ] The Conversation France, <https://theconversation.com/fr> [page d’accueil]

[5] The Conversation France, « Ce que nous sommes », <https://theconversation.com/fr/who-we-are> .

[6] The Conversation France, « Notre charte », <https://theconversation.com/fr/charter>

[7] The Conversation France, « Charte de participation », <https://theconversation.com/fr/community-standards>

[8] The Conversation France, « Règles de republication », <https://theconversation.com/fr/republishing-guidelines>

[9] The Conversation France, « Notre équipe et nos comités », <https://theconversation.com/fr/team>

[10] The Conversation France, « Gouvernance et transparence financière », <https://theconversation.com/fr/gouvernance>

[11] The Conversation France, « Pour nos membres [Promouvoir The Conversation] », <https://theconversation.com/fr/resources-for-members>

[12] The Conversation France, « Membres et partenaires », <https://theconversation.com/fr/partners>

[13] The Conversation France, « Pour les médias », <https://theconversation.com/fr/resources-for-media>.

[14] The Conversation France, « Nos dix points forts », <https://theconversation.com/fr/10-ways-we-are-different>

[15] The Conversation France, « Les amis de The Conversation », <https://theconversation.com/fr/friends>

[16], The Conversation France « Chaque don est important », <https://donate.theconversation.com/fr?utm_source=theconversation.com&utm_medium=website&utm_campaign=footer>.

[17], The Conversation France « Flux RSS », <https://theconversation.com/fr/feeds>

Sources secondaires

Beaudry, Guylaine. 2010. « La communication scientifique directe : un nouveau champ éditorial ». *Hermès, La Revue* 2010/2 (57): 51‑57.

Bonaccorsi, Julia. 2014. « Le monde de l’opendata: les jeux sémiotiques et esthétiques de la «visualisation» comme rhétorique de la transparence ». In *23ème Congrès mondial de Science politique*.

———. 2015. « Compte Rendu de Critique de La Trivialité. Les Médiations de La Communication, Enjeu de Pouvoir ». *Communication & Langages* 2015 (185): 31‑35. https://doi.org/10.4074/S0336150015013034.

Bronckart, Jean-Paul, Daniel Emile Bain, Bernard Schneuwly, Coline Davaud, et Auguste Pasquier. (1985) 1994. *Le fonctionnement des discours: Un modèle psychologique et une méthode d’analyse*. Lausanne; Paris: Delachaux et Niestlé.

Catellani, Andrea, Audrey Crucifix, Christine Hambursin, et Thierry Libaert. 2015. *La communication transparente: L’impératif de la transparence dans le discours des organisations*. Presses universitaires de Louvain.

Chartron, Ghislaine, et Joachim Schöpfel, éd. 2017. « Libre accès aux publications et sciences ouvertes en débat ». *Revue française des sciences de l’information et de la communication*, no 11 (août). http://journals.openedition.org/rfsic/2868.

Commission Européenne, éd. 2016. *Open Innovation, Open Science, Open to the World: A Vision for Europe*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.

Dacos, Marin. 2012. « Vers des médias numériques en sciences humaines et sociales : une contribution à l’épanouissement de la place des sciences humaines et sociales dans les sociétés contemporaines ». *Tracés. Revue de Sciences humaines*, no #12 (décembre): 205‑23. https://doi.org/10.4000/traces.5534.

Dacos, Marin, et Pierre Mounier. 2010. « Les carnets de recherche en ligne, espace d’une conversation scientifique décentrée ». In *Lieux de savoir. 2. Gestes et supports du travail savant*, édité par Christian Jacob, 2:N/A. Paris: Albin Michel. http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic\_00439849/document.

Davallon, Jean, Marie Després-Lonnet, Yves Jeanneret, Joëlle Le Marec, et Emmanuël Souchier. (2003) 2013. « Conclusion ». In *Lire, écrire, récrire : Objets, signes et pratiques des médias informatisés*, 303‑22. Études et recherche. Paris: Éditions de la Bibliothèque publique d’information. http://books.openedition.org/bibpompidou/424.

Devillier, Nathalie, Catherine Vidal, Divina Frau-Meigs, Isabelle Barbéris, et Sylvie Pierre. 2018. « Pourquoi j’écris pour The Conversation France (2) », septembre. https://hal.univ-lorraine.fr/hal-01875186.

Dillaerts, Hans, et Chérifa Boukacem-Zeghmouri, éd. 2018. « Information scientifique et diffusion des savoirs : entre fragmentations et intermédiaires ». *Revue Française des Sciences de l’Information et de la Communication*, no 15. https://doi.org/10.4000/rfsic.4543.

European Commission. 2020. « Progress on Open Science: Towards a Shared Research Knowledge System Final Report of the Open Science Policy Platform ». https://ec.europa.eu/research/openscience/pdf/ec\_rtd\_ospp-final-report.pdf.

Falgas, Julien. 2017a. « Le site d’information The Conversation France comme ressource pédagogique. Enquête exploratoire sur les identités professionnelles des acteurs ». *Distances et médiations des savoirs. Distance and Mediation of Knowledge*, no 17 (février). http://journals.openedition.org/dms/1771.

———. 2017b. « The Conversation France : à la conquête du monde universitaire et au-delà ? », mars. https://theconversation.com/the-conversation-france-a-la-conquete-du-monde-universitaire-et-au-dela-74345.

Falgas, Julien, et Violaine Appel. 2015. « Pourquoi The Conversation correspond à bien des attentes des universitaires », décembre. https://theconversation.com/pourquoi-the-conversation-correspond-a-bien-des-attentes-des-universitaires-52534.

Faury, Mélodie. 2017. « Carnetier.e.s : qui êtes-vous et pourquoi écrivez-vous ? – Episode 1 ». Billet. *L’Infusoir* (blog). 10 octobre 2017. https://infusoir.hypotheses.org/4760.

Floch, Jean-Marie. 1990. *Sémiotique, marketing et communication: sous les signes, les stratégies*. Formes sémiotiques. Paris: Presses Universitaires de France. https://www.cairn.info/semiotique-marketing-et-communication--9782130525363.htm.

Jeanneret, Yves. 2004. « Le partage des savoirs entre métamorphose des médias et poétique des discours ». In *Médiation et représentation des savoirs*, édité par Jean-Paul Metzger, 15‑32. Paris: L’Harmattan.

———. 2008. *Penser la trivialité: La vie triviale des êtres culturels*. Paris: Hermès science publications.

———. 2014. *Critique de la trivialité: Les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*. Paris: Editions Non Standard.

Maingueneau, Dominique. 2013. « Genres de discours et web : existe-t-il des genres web ? » In *Manuel d’analyse du web en Sciences Humaines et Sociales*, par Christine Barats, 74‑93. Paris: Armand Colin.

Mayeur, Ingrid. in press. « Plasticité du billet de recherche en SHS À propos des co-publications du blog Carnets de Terrain et du site The Conversation ». *Semen* 48. https://orbi.uliege.be/handle/2268/241940.

———. 2017. « La communication scientifique directe vers un public élargi. L’actualité sociale traitée par des chercheurs dans les carnets de recherche Hypothèses ». *Revue française des sciences de l’information et de la communication*, no 11. https://doi.org/10.4000/rfsic.3224.

Millerand, Florence. 2015. « Les imaginaires de la « science 2.0 » ». *Communication. Information médias théories pratiques*, no vol. 33/2 (décembre). https://doi.org/10.4000/communication.6070.

Rentier, Bernard. 2018. *Science ouverte, le défi de la transparence*. Académie royale de Belgique. L’Académie en poche. Bruxelles.

Schweyer, Cleo. 2020. « Fake news : pourquoi la communication scientifique doit évoluer | Un article Pop’Sciences ». popsciences.universite-lyon. 14 mai 2020. https://popsciences.universite-lyon.fr/ressources/fake-news-pourquoi-la-communication-scientifique-doit-evoluer-un-article-popsciences/.

1. Sans rentrer davantage dans les détails, on signalera simplement au lecteur intéressé ou à la lectrice intéressée le rapport de la Commission Européenne faisant le point sur les avancées de cette politique depuis le plan de 2016 et les perspectives de déploiement à l’horizon 2030 (European Commission 2020) ainsi que, pour le domaine français plus spécifiquement, le site de référence [www.ouvrirlascience.fr](http://www.ouvrirlascience.fr). [↑](#footnote-ref-1)
2. Le concept, forgé par Dominique Maingueneau, est issu de l’analyse du discours ; il est préféré à celui de *situation de communication* en ce qu’il permet d’envisager tout à la fois un cadre, un processus et des acteurs pour une prise de parole. La *scène d’énonciation* implique ainsi l’inscription dans une sphère d’activité, une finalité prescrite à la prise de parole et un travail du locuteur dans l’aménagement de sa prise de parole (voir p. ex. Maingueneau 2013, 78). [↑](#footnote-ref-2)
3. On consultera utilement le compte rendu succinct mais néanmoins éclairant consacré à cet ouvrage par Julia Bonaccorsi (Bonaccorsi 2015). [↑](#footnote-ref-3)
4. En effet, la *promesse* est solidaire d’une *implication*, soit l’« ensemble des traits concrets et pratiques qui définissent les possibilités effectives offertes aux publics (scripteurs, lecteurs, spectateurs, etc.) pour prendre part à la communication et à la circulation des textes. » (Jeanneret 2014, 12). [↑](#footnote-ref-4)
5. Sur les discours d’accompagnement des médias informatisés, on consultera utilement (Jeanneret 2000) ; l’auteur y montre comment l’idée même de *discours d’accompagnement* est réductrice en ce qu’elle déborde les pratiques discursives et ne se borne pas non plus à un simple rôle d’annexe. [↑](#footnote-ref-5)
6. Sur le double héritage générique, voir (Dacos et Mounier 2010). [↑](#footnote-ref-6)
7. Pour davantage d’informations sur le portail, ses différentes plateformes (outre les blogs : revues, livres et agenda de la recherche), ses soutiens et ses missions, le lecteur peut se rapporter à la documentation disponible sous <https://www.openedition.org/6437>. [↑](#footnote-ref-7)
8. Au sens large : outre les chercheurs et doctorant, on y trouve ainsi des carnets de documentalistes, d’étudiants ou d’amateurs, par exemple (il est cependant nécessaire, en vue de l’ouverture d’un blog, de préciser un rattachement académique et un projet éditorial). [↑](#footnote-ref-8)
9. Le paragraphe se clôt sur des exemples de participations *réussies* : « À titre d’exemples d’initiatives réussies en termes d’incitation des lecteurs à participer à la discussion, on pourra citer le carnet *Espaces réflexifs*, avec 125 billets publiés en 2012, ayant généré 305 commentaires, ou encore le carnet *Sur un son rap*, via lequel Karim Hammou, à partir d’une cartographie dynamique des lieux de danse à Paris dans les années 1970-1980, a incité ses lectrices et lecteurs à compléter les informations présentées. Ceux-ci se sont appropriés les commentaires du billet pour en faire un véritable forum de discussion de leurs souvenirs de danseurs, DJ, etc. : <https://surunsonrap.hypotheses.org/2044> ». [↑](#footnote-ref-9)
10. Il faut ajouter à cela l’existence de publications valorisant le dispositif médiatique au sein même de celui-ci, comme (Falgas et Appel 2015; Falgas 2017b), ainsi que des retours d’utilisateurs sur leur pratique (Devillier et al. 2018). Ces témoignages sont également très fréquents sur *Hypotheses.org*: une liste non exhaustive est par exemple proposée par (Faury 2017). [↑](#footnote-ref-10)
11. Par exemple, une section présente « Sept accroches ludiques et pragmatiques pour *inciter vos chercheurs à publier dans The Conversation*. » [11, *nous soulignons*]. [↑](#footnote-ref-11)
12. Il y aurait d’ailleurs lieu de questionner plus avant le lien établi par *The Conversation* entre transparence, fiabilité et validité scientifique (cf. notre conclusion infra). Ainsi que l’évoquent certains retours d’utilisateurs dans (Falgas 2017a), l’objectivité scientifique *pure*, à supposer qu’elle existe, est difficile à garantir dans le traitement des sujets de société. Par ailleurs, la récente crise pandémique a vu s’opposer des discours émanant d’autorités scientifiques, propres à rappeler que la vérité de la recherche est provisoire, que les savoirs sont en mouvement et ne font pas nécessairement consensus. Dans les faits, il n’est pas vérifié que la diffusion d’une information scientifique fiable suffise à entraîner l’adhésion du lecteur : en pleine crise du covid-19, Cléo Schweyer, journaliste scientifique de *Pop’sciences*, rappelait à juste titre que « […] notre rapport à l’information scientifique est un fait social autant qu’une affaire de compétences individuelles. Et l’une des dimensions de ce fait social est justement la médiatisation massive de la production scientifique, notamment via les plateformes et réseaux sociaux numériques : loin de contribuer à contrebalancer nos attitudes vis-à-vis de l’information scientifique, ces acteurs industriels semblent mettre leurs effets à profit. On peut alors légitimement se demander si l’abondance d’information ne conduit pas, paradoxalement, à être moins bien informés… » (Schweyer 2020). [↑](#footnote-ref-12)
13. Un engagement de la Charte est libellé comme suit : « Assurer **l'intégrité** du site en obtenant uniquement un soutien financier non partisan de la part des partenaires dans le monde de l’enseignement supérieur et de la recherche. » [6] [↑](#footnote-ref-13)
14. Ainsi, la section « Ce que nous ne sommes pas » [5] établit très clairement une démarcation avec ces autres types d’écrits à caractère médiatique ou scientifique (plateforme de blog, revue, etc.) : cette section pourrait d’ailleurs s’analyser en termes de positionnement de produit.  [↑](#footnote-ref-14)
15. « Avec votre soutien, nous pouvons vérifier plus d'affirmations, signaler plus de recherches et fournir des explications plus éclairées sur des problèmes complexes. » [le lien pointe vers la page des dons]. [↑](#footnote-ref-15)
16. Sur la communication scientifique *directe* (par opposition à *éditée*, dans le sens d’une validation par un comité éditorial), voir (Beaudry 2010). Si la distinction opérée par Beaudry est pertinente pour distinguer entre deux aires de la communication scientifique, nous pensons que le qualificatif de *directe* fait courir le risque d’une opacification des médiations qui restent inhérentes à la diffusion de ce type de textes — nous nous en expliquons dans (Mayeur 2017). [↑](#footnote-ref-16)
17. Une section renseigne comment « Communiquer avec les auteurs », dont les coordonnées étaient encore, en 2019, versées dans une « banque d’experts » ayant depuis laissé la place à un moteur de recherche plus généraliste. Le bénéfice d’une ouverture vers des médias de plus large audience est encore anticipé : « les médias audiovisuels se servent de notre site pour trouver des experts de qualité à inviter dans leurs émissions. » [5] [↑](#footnote-ref-17)
18. Les discours d’accompagnement mentionnent d’ailleurs plusieurs exemples de carnets devenus ouvrages [2], témoignant ainsi de la possibilité d’une valorisation des publications sur blog dans un format de publication plus légitime. [↑](#footnote-ref-18)
19. <https://blogterrain.hypotheses.org/>. Nous étudions plus précisément ces co-publications et les variations observées dans (Mayeur *in press*). [↑](#footnote-ref-19)
20. Il y aurait lieu de fournir de plus amples développements sur cette notion de communication scientifique aux prises avec l’actualité Si, sur *The Conversation*, il s’agit avant tout d’une actualité sociale, sur *Hypotheses.org*, celle-ci n’est certes pas absente mais généralement imbriquée dans d’autres strates (actualité personnelle du chercheur/d’un groupe de recherche, etc.). [↑](#footnote-ref-20)
21. Le premier des « points forts » de l’organisation est en effet présenté ainsi : « 1. Dans un monde où la désinformation et la mise en scène de l'information sont des pratiques courantes, The Conversation contribue à un discours démocratique plus sain en plaçant des faits et du contenu de qualité dans l'arène publique. » [14]. [↑](#footnote-ref-21)
22. Bonaccorsi évoque à cet égard une *rhétorique de la transparence* dans la pratique des visualisation pour les données ouvertes de la recherche (Bonaccorsi 2014). [↑](#footnote-ref-22)