

Zeitschrift: Horizons : le magazine suisse de la recherche scientifique
Herausgeber: Fonds National Suisse de la Recherche Scientifique
Band: 25 (2013)
Heft: 99

Artikel: Dans les "chambres d'écho" d'Internet
Autor: Weber, Christian
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-554073>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

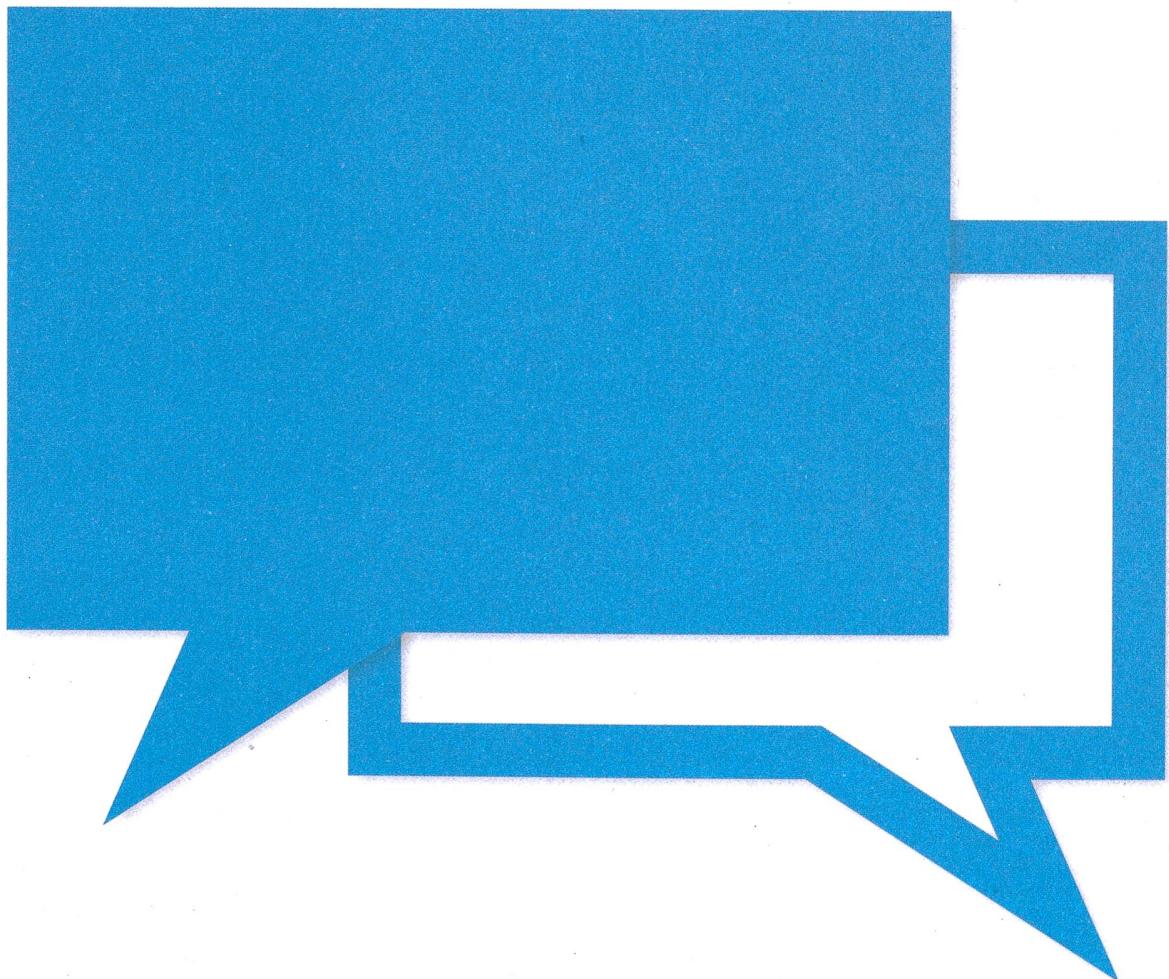
Download PDF: 11.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Dans les «chambres d'écho» d'Internet

Twitter, Researchgate et Scienceblogs:
le discours scientifique se déroulera
toujours plus dans les médias sociaux.

Par Christian Weber



La collaboration transcontinentale sur les poissons scorpions - magnifiques créatures marines venimeuses - a démarré le 10 février 2013, avec le tweet suivant: «new result: fish composition shift on 15 Belize reefs following 2010 #lionfish invasion.»

En trois jours, ce tweet de John Bruno, spécialiste en écologie marine à l'University of North Carolina, a suscité vingt réponses. Un plongeur demandait qu'on lui expose plus précisément les faits, un collègue du même domaine avait une question technique. Grantly Galland, docteurant à l'Institut d'océanographie Scripps, en Californie, a réagi lui aussi, car il avait mené des observations dans la même région. Il s'est ensuivi un rapide échange sur Twitter, au terme duquel Grantly Galland, John Bruno et son étudiant Abel Valdivia ont décidé d'entamer une coopération pour analyser les conséquences écologiques de l'invasion des poissons scorpions dans la mer des Caraïbes.

Beatrice Lugger, directrice adjointe de l'Institut national de communication scientifique à Karlsruhe, en Allemagne, cite ce genre d'exemple lorsqu'elle cherche à convaincre un public sceptique de l'utilité des réseaux. «Les médias sociaux relient les scientifiques d'une manière qui auraient été imaginable il y a quelques années», souligne-t-elle. «Au niveau du fonctionnement macro de la science, les coopérations sont facilitées et les rapports plus transparents», renchérit Christian Pieter Hoffmann, professeur en gestion de la communication à l'Université de Saint-Gall.

Opportunités et risques

Mais comment un chercheur peut-il encore se concentrer sur sa recherche si l'on attend de lui une présence constante sur Twitter et Facebook? Comment fonctionne le contrôle qualité sur le web? Comment une réputation se construit-elle? Et quels rôles vont jouer les entreprises Internet? Il est temps d'examiner les opportunités et les risques des médias sociaux pour la science.

Condition nécessaire: familiariser davantage de chercheurs avec ces nouveaux médias. «Jusqu'ici, les médias sociaux n'étaient qu'un phénomène marginal en science, surtout en Suisse», observe Christian Pieter Hoffmann. D'après certaines estimations, l'an dernier, aux Etats-Unis et en Grande-Bretagne, un scientifique sur quarante était sur Twitter. Les scientifiques âgés, notamment, sont réticents. Et il est vrai qu'au premier abord ce monde virtuel est confus.

Beatrice Lugger recommande donc de clarifier au préalable deux questions. «La première est: qui cherche-t-on à atteindre et dans quel but? La seconde: combien de temps est-on prêt à investir?» Les blogs, par exemple, sont très chronophages. Seul un communicateur talentueux dans son domaine, en quête d'une large audience, devrait lancer son propre blog, idéalement sur une plateforme établie comme Scilogs ou Scienceblogs, où un public intéressé l'attend déjà. Mais il existe d'autres options, notamment pour les scientifiques qui souhaitent avant tout mettre leur matériel en ligne. Slideshare convient bien pour des conférences et des présentations, et Figshare pour les collections de données et les graphiques, alors que Tumblr permet d'inclure facilement toutes sortes de médias. Mendeley est un service établi de marque-page social, où les chercheurs peuvent organiser, citer et échanger des articles scientifiques et des documents PDF.

Potentiel sous-estimé

Si l'on préfère n'utiliser qu'un seul site dans un cadre ordonné, on optera pour Researchgate, une sorte de Facebook pour scientifiques, avec trois millions de membres dans le monde. En Suisse, 26 000 scientifiques et 560 institutions sont déjà enregistrés.

Le potentiel du service de microblogging Twitter, qui n'autorise que des messages de 140 signes, est toujours sous-estimé. Même s'il compte dans le monde deux milliards de personnes inscrites, le système permet un suivi ciblé des collègues travaillant dans le même domaine, et d'interroger des groupes spécifiques en recourant aux fameux #hashtags. Les membres de ces groupes se signalent des liens, des tendances et des événements, ou s'envoient des PDF.

Ulrich Herb, sociologue à l'Université de Sarrebruck, en Allemagne, parle de ces services comme d'une «aide scientifique de voisinage». Mais il y a plus en jeu. En avril dernier, le géant de l'édition scientifique Elsevier a racheté Mendeley pour de bonnes raisons, et ce n'est pas pour rien que Bill Gates a récemment investi 35 millions dans Researchgate. Beaucoup d'éléments indiquent que la communication scientifique va fondamentalement changer ces prochaines années.

Le mouvement open access a poursuivi sa lancée, et les articles scientifiques gratuitement accessibles en ligne sont toujours plus nombreux. Entre temps, la revue «PLOS One», phare de l'open access, arrive en tête du classement mondial des revues scientifiques au niveau du nombre d'articles publiés.

La diffusion sur Internet ouvre encore d'autres options. L'évaluation classique par les pairs (peer review) est vouée à perdre en importance. «La tendance est à l'open review, explique Ulrich Herb. Auteur et évaluateurs travaillent publiquement sur une plateforme Internet, l'article est mis en ligne et chaque utilisateur qui se sent compétent a la possibilité de le commenter.» - «Il est plus difficile de berner toute une communauté web que trois évaluateurs», note Christian Pieter Hoffmann.

En même temps, à moyen terme, le facteur d'impact des revues devrait perdre de l'importance. Qui publie aujourd'hui dans un titre éminent profite automatiquement de la renommée de ce dernier, même si son article n'est pas cité une seule fois. Internet, en revanche, permet de suivre la «carrière» de chaque article et de voir combien de personnes le lisent, le téléchargent, l'envoient et le mettent en lien. Ces indicateurs sont plus fiables et plus objectifs pour évaluer la notoriété d'une publication et de son auteur. La démarche, baptisée Altmetrics, fait de plus en plus d'adeptes: Internet devient la «chambre d'écho» d'une publication, et cet écho est mesuré.

Dès lors, il est évident qu'avec les médias sociaux, il n'est pas seulement question d'une sympathique cohabitation sur le net, mais aussi de concurrence. Souhaite-t-on vraiment que l'espace social du web se mue en centre d'évaluation? «En science aussi, qu'on le veuille ou non, l'autopromotion va jouer un rôle grandissant», avertit Ulrich Herb. Le titulaire d'une chaire, qui sera professeur émérite dans sept ans, peut encore se permettre de l'ignorer. Mais pas le chercheur postdoc qui s'apprête à faire le grand saut.

Sources

H.M. Bik, M.C. Goldstein (2013): *An introduction to social media for scientists. PLOS Biology* 11 (e1001535).

J. Priem (2013): *Beyond the paper. Nature* 495: 437–440.