

Evelyne Broudoux : A contribution for Documentation Studies

--

Keywords : authority, selfpublication, author, creation, information search, community, collaborative filtering, collaborative tagging

Title : Construction de l'autorité informationnelle sur le web

1. Utilisation du terme autorité pour la recherche d'informations

Depuis plus d'une dizaine d'années, les outils informatiques ont modifié considérablement les modalités de repérage/indexation des documents. En particulier, les algorithmes utilisés pour la recherche d'informations sur le web (PageRank, Hits, Salsa, etc.) basent leurs calculs statistiques sur les liens hypertextes entre les sites web vus comme des relations entre des entités sociales (qui pointe vers qui ?). Ces relations sont caractérisées par analogie : votes (PageRank), indicateurs d'autorité (Hits). Érigé en standard du web, le mode de recherche/indexation PageRank amplifie la diffusion des documents en classant en tête des réponses aux requêtes les documents référencés par les liens les plus nombreux. Pour tenter de limiter les effets de popularité dus aux calculs quantitatifs, *Google* a lancé le TrustRank, dont la particularité est d'introduire un indice de confiance à l'aide, entre autres, d'une opinion humaine sur la source.

Plus récemment, on a vu *Technorati*, un moteur de recherche spécialisé dans les blogs, se servir de la notion d'autorité et la proposer en tant que fonctionnalité additionnelle à la recherche des internautes effectuées dans la blogosphère¹. Pourtant cet affinage par « autorité » des requêtes de *Technorati* n'est pas pour autant synonyme d'amélioration de la pertinence car les résultats obtenus ne sont pas toujours à la hauteur des attentes. Popularité a été confondue ici avec autorité.

L'utilisation de cette notion d'autorité provient de l'idée que dans le cas de recherche d'informations sur des thèmes larges, un tri adéquat des résultats peut être obtenu par le classement de sites web en deux catégories² : les « hubs » et les « autorités » (KLEINBERG, 1999). Si l'emploi de cette opposition binaire « hub/authority » a entraîné dans un premier temps le développement de nouveaux algorithmes, cela a aussi favorisé l'émergence de l'examen structurel des réseaux par leur représentation graphique vectorielle. A partir de l'existence d'agrégats de liens, des communautés thématiques ont ainsi pu être extraites (GHITALLA, 2005).

Le fait que les procédés de recherche/indexation du web s'effectuent encore sans métadonnées référencées et normalisées - la plupart du temps en dehors de tout « contrôle d'autorité » par les documentalistes et bibliothécaires - freine le développement du web sémantique. Pourtant, une écrasante majorité d'utilisateurs considère que les résultats donnés par les moteurs de recherche sont fiables et questionne peu la pertinence des résultats.

Enfin, du fait de l'absence d'explications claires divulguées au grand public, sur les procédés employés pour générer des résultats, on peut avancer que les moteurs de recherche **font autorité** par opacité ou omission d'informations.

¹ <http://fr.techcrunch.com/2006/02/14/technorati-lance-le-filtre-par-autorite/>

² Les « hubs » étant les pages ou sites à partir desquels de multiples liens pointent vers des ressources faisant autorité et les « autorités », les pages ou sites les plus pointés par les hubs ; leur caractère de hub ou d'autorité se renforçant mutuellement.

Il apparaît significatif que l'apparition d'indices de « confiance » et d'« autorité » est révélateur d'une volonté de recherche d'amélioration de la pertinence des résultats obtenus sur le web. Mais l'emploi du terme « autorité » sans véritable définition du terme, couplé au fait que les procédés d'indexation/recherche sont trop souvent incompris de l'internaute lambda, incite à préciser les flous de la notion.

2. Approche historique de l'autorité

Pour tenter de saisir le concept d'autorité tel qu'il est vécu par une large partie occidentale de la planète, il est nécessaire de faire un (rapide) détour historique jusqu'à ses racines romaines car notre monde moderne s'est développé dans une « crise de l'autorité » qui trouve son origine dans le fait que l'Autorité a disparu (ARENDDT, 1954). S'enracinant dans la tradition qui donnait sens à toute chose, l'autorité romaine avait pour unique objectif de consolider ses fondations, seule garantie de sa stabilité.

Nous retiendrons de l'analyse historique d'Arendt que :

- l'ordre autoritaire exige l'obéissance sans violence (là où la force est employée, l'autorité a échoué), ceci implique une **soumission volontaire** à l'autorité,
- l'autorité donne des avis qu'elle recommande de suivre et est incompatible avec la persuasion par arguments qui présuppose une relation d'égalité, l'autorité implique un **ordre hiérarchique**,
- sa **transmission** se fait **par cooptation** dans l'objectif de ne pas rompre la tradition avec le passé.

Si nous appliquons cette notion classique de l'autorité aux pratiques de pointage des sites entre eux, on voit surgir quelques contradictions :

- le fait de citer un site en posant un lien n'est pas toujours agréer son contenu,
- le fait pour un site d'être cité ne signifie pas qu'il ait autorisé la citation,
- les liens réciproques (bidirectionnels) ne peuvent induire seuls un ordre hiérarchique.

Si soumission volontaire il y a, c'est au système hypertexte en général qui impose ses « contraintes » de citation.

De multiples contradictions apparaissent donc avec l'emploi de la notion classique d'autorité dans le contexte de la description documentaire du web qui sont seulement en partie résorbées par le concept d'autorité cognitive.

3. Approche cognitive de l'autorité, synonyme d'influence

Dans le domaine de la construction des connaissances où ce qui s'acquiert vient plus du savoir accumulé par les autres que par l'expérience personnelle, l'**autorité cognitive** a été définie comme une relation d'influence de pensée³ impliquant au minimum deux personnes, l'une accordant à l'autre sa confiance parce qu'elle maîtrise un domaine spécifique de compétences (WILSON, 1983). De plus, la notion concerne aussi les livres, les instruments ou les

³ « Cognitive authority is influence on one's thoughts that one would consciously recognize as proper ». (Wilson, 1983, p.15).

organisations qui sont vus comme autant d'artefacts susceptibles de devenir des autorités cognitives pour une personne ou un groupe à un moment donné. Cette confiance accordée étant susceptible de s'étendre au-delà du domaine concerné, Wilson distingue l'autorité cognitive de l'autorité de l'expertise. Pratiquement synonyme de la notion d'influence choisie, l'autorité cognitive est dépendante de la **crédibilité** et de la **réputation**, deux critères de bases sans lesquels la confiance nécessaire à l'exercice d'une influence ne pourrait s'établir dans le domaine de la construction du savoir.

Cette définition de l'autorité vue en tant qu'**influence choisie** est plus à même de s'accorder avec les pratiques de pointage des sites et des blogs entre eux (blogroll). Cependant, elle est encore limitée car la blogosphère favorise les liens de réciprocité (trackbacks et blogroll). Or, qui dit réciprocité, présuppose l'égalité, ce qui entre en contradiction avec la notion d'autorité.

D'autre part, pour rester dans l'exemple des blogs, la réalité montre qu'ils sont nombreux à être instrumentalisés dans le cadre de campagnes publicitaires, de relations publiques ou de marketing politique, pour créer du trafic et donc de l'audience. Les auteurs eux-mêmes jouent à multiplier les identités sous différents blogs ce qui contribue à brouiller l'authenticité et les limites des entités sociales. Ceci nous éloigne de l'idée d'**influence juste**. Il apparaît donc difficile de modéliser l'autorité cognitive dans l'objectif d'établir un classement qualitatif et rationnel des sites web.

4. Acteurs de l'autorité cognitive et réseaux d'influence

Alors que les mots-clés utilisés dans les balises meta html ne sont plus pris en compte par les robots d'indexation des moteurs de recherche les plus connus, d'autres méta-informations ou métadonnées sont employées par des systèmes qui permettent leur classification et leur moissonnage par les robots de recherche (Dublin Core, OAI⁴, etc.). Leur normalisation et leur interopérabilité croissante en font des vecteurs de transmission de l'information extrêmement fiables, puissants et rapides. Le web sémantique pourrait ainsi progressivement s'imposer comme une solution aux problèmes évoqués plus haut.

Les innovations technologiques se diffusant toujours en subissant des transformations pour élargir leurs cercles d'utilisateurs, ce qui faisait partie du cœur des métiers des professionnels de la documentation, la maîtrise des taxonomies organisant de manière structurée le savoir, est parvenu au « grand public » sous la pratique du « taggage » et cette pratique a pris le nom de folksonomy.

Nous définissons cette folksonomie comme un système flottant de catégorisation conduit par les utilisateurs permettant de naviguer dans un corpus à large spectre composé de ressources hétérogènes instables et non pérennes.

Générée par une nouvelle famille d'outils axée autour du concept d'auto-indexation, cette pratique consiste à catégoriser soi-même des ressources, et ce par l'intermédiaire de services disponibles en ligne (communément rassemblés sous le nom de web 2.0), dans l'objectif de les retrouver et les partager.

Ces pratiques d'appellation qui construisent un vocabulaire commun possèdent deux caractéristiques :

⁴ OAI : open archive initiative

Construction de l'autorité informationnelle sur le web

- l'influence du choix des mots-clés de l'utilisateur par suggestion de mots-clés par le système (**collaborative filtering**) ou/et visualisation des mots-clés déjà utilisés par les taggeurs lorsque la ressource est déjà référencée ;
- une cristallisation autour de conventions d'appellation par :
 - o regroupement de mots par caractère de séparation (ex : _ ou + ou :) ou absence de caractère de séparation (ex : CamelCase)
 - o émergence de mots-clés et compétition entre termes révélant différents points de vue (ex : public sphere vs public space, collaborativejournalism vs citizenjournalism, participatorymedia vs citizenmedia).

Dans la pratique, trois fonctionnalités caractérisent principalement ces systèmes de partage de ressources dont les pratiques pourraient être rassemblées sous le terme de **collaborative tagging** :

- trois possibilités d'écriture (ouverture obligatoire d'un compte « utilisateur » avec login et mot de passe) :
 - o dépôt et suppression de ressources (posts) se présentant sous la forme de signets, fichiers images, textes, sons, vidéos, etc.
 - o catégorisation (taggage) de ces ressources par indexation à l'aide de mots-clés quelquefois suggérés mais librement désignés,
 - o qualification (annotation) ou légende caractérisant la ressource, pouvant servir à la remémoration ou à l'information des lecteurs,
- partage des ressources et des mots-clés avec la « communauté » des inscrits,
- création de réseaux d'utilisateurs en fonction des thématiques choisies, avec repérage des « maillons » ouvrant vers des sous-réseaux.

Il faut ajouter ici que les systèmes constituent un outil de prélecture efficace pour l'activité de découverte sur le web et de partage de signets : les posts étant repérés et indexés par leurs thèmes pour être lus ensuite.

Ces fonctionnalités entraînent des activités de stockage, de partage et de veille d'une part sur des ressources documentaires (collecte des ressources numériques postées sur des mots-clés choisis) mais aussi sur des ressources humaines (création de groupes d'utilisateurs et réception de leurs « posts »). Cette dernière option a été récemment amplifiée sur des outils comme *del.icio.us*, dans l'objectif de créer des réseaux sociaux qui favorisent la **réciprocité**. Ceci nous permet de reconnaître des actions imputables à l'autorité cognitive dans la mesure où des utilisateurs repèrent des informations grâce à d'autres taggeurs auxquels ils accordent une confiance due à leur crédibilité et leur antériorité.

Les principaux bénéficiaires de ces systèmes en termes de **notoriété** sont les bloggeurs et les organisations qui s'auto-publient en ligne car il est possible de s'identifier et d'ajouter l'adresse d'un site web et sur celui-ci de publier les liens menant vers ces systèmes.

Une caractéristique à ne pas oublier est que ces réservoirs de contenus sont alimentés par tous (aussi bien les ressources d'utilisateurs néophytes que celles des professionnels) ce qui provoque un mélange et une hétérogénéité dans les données rassemblées et des effets de **sérendipité**. Ce qui compense peut-être l'absence de hiérarchie dans les classements thématiques que propose ce genre d'outils.

Une des principales conséquence est que ces systèmes sont bâtisseurs de **réputation** et de **notoriété**. Des informations émergent qui sans cela seraient restés dans l'ombre et n'auraient pas été portées à la connaissance d'un plus large public ; des documents sont susceptibles de se former intéressant de multiples sphères collectives. On peut donc dire qu'ils servent à faire émerger des auteurs, des documents et des groupes. Il pourrait s'agir d'**outils sociotechniques d'autorité cognitive** dans la mesure où ils provoquent la construction de réseaux d'influence.

5. Autorité informationnelle

Nous nous proposons ici de définir l'**autorité informationnelle** en nous servant du terme « informer », synonyme de « renseigner sur », c'est-à-dire porter un événement à la connaissance d'une sphère sociale ou d'un individu. Nous présumons que l'autorité informationnelle est le résultat d'un jeu de forces entre ses composantes. Contrairement à l'autorité cognitive, l'autorité informationnelle, susceptible d'être portée par un individu ou un groupe, un objet ou un outil cognitif ou encore un média, n'a pas pour fonction principale l'influence mais celle d'in-former (donner une forme).

Distinguer l'autorité informationnelle de l'autorité cognitive permet de faire coexister les acteurs qui concourent à créer l'autorité informationnelle, rendant possible l'examen du jeu d'équilibres qui les fait tenir ensemble.

Si nous reprenons les définitions de Max Weber qui dans son approche sociologique de l'autorité distinguait l'*autorité traditionnelle* fondée sur la croyance et le respect de l'ordre établi où la légitimité provient du temps, de l'*autorité rationnelle et légale*, impersonnelle, fondée sur le droit, et de l'*autorité charismatique* fondée sur une seule personne, susceptible de conduire à la dictature, nous pouvons les faire correspondre avec d'autres tentatives définitoires :

- l'**autorité traditionnelle** correspond à celle définie par Arendt,
- l'autorité rationnelle et légale peut se nommer **autorité institutionnelle**,
- l'**autorité énonciative** (LECLERC, 1996) serait une forme préalable à l'établissement d'une autorité charismatique.

Ceci nous permet de bâtir un premier concept d'**autorité informationnelle** composée de :

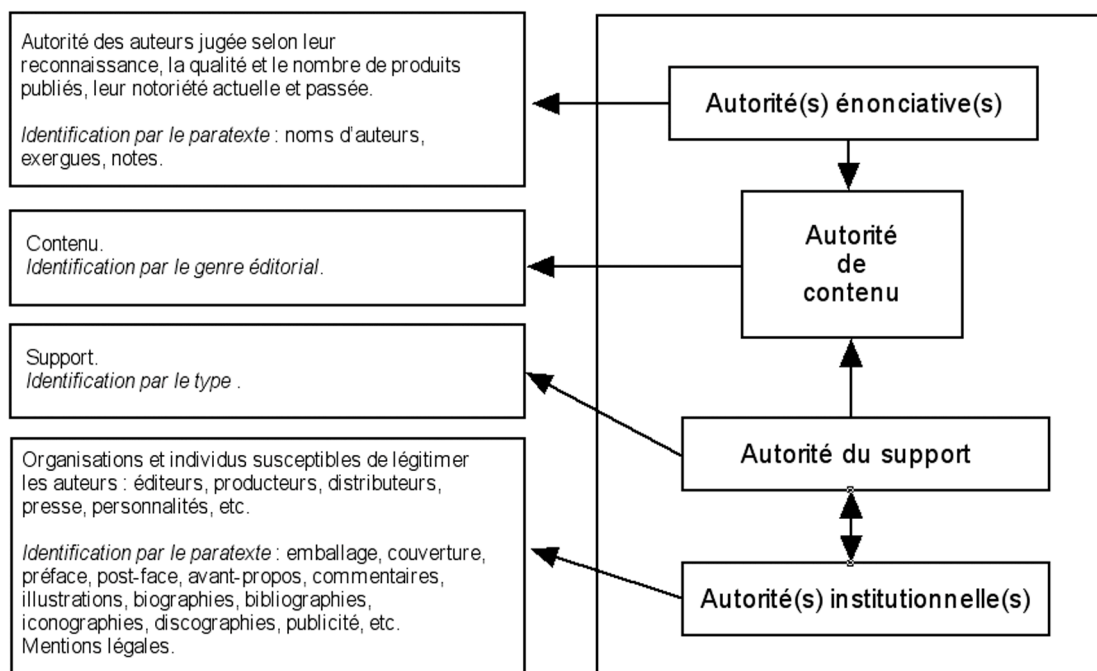
- l'**autorité énonciative** où la figure de l'auteur (individuel/collectif) se manifeste parmi d'autres acteurs de la création (compilateur, commentateur, interprète, etc.) ;
- l'**autorité institutionnelle** ou groupe régulé par des règles hiérarchiques séparant strictement la fonction au sein du groupe et la personne qui l'occupe (éditeur, distributeur, etc.) ;
- l'**autorité de contenu** du document :
 - o genre : littéraire, musical, graphique, éditorial,
 - o qualité : précis, utile, volatil/pérenne, micro/macro, panoramique/angle restreint, érudit/vulgarisé,
 - o sources : auteur(s), compilation,
 - o paratexte : éditeur, autres médiateurs, fabricant ;
- l'**autorité du support** de publication :
 - o type : imprimé-cd-cassette, etc.,
 - o caractère de la publication : périodicité, unique, quotidien, hebdomadaire, à éditions multiples, etc.

Ces formes que peut prendre l'attribution d'autorité sont en réalité interdépendantes. L'institution qui publie un document prend la décision de le faire paraître en fonction de sa connaissance de l'auteur, sa connaissance du sujet traité, son programme de publication, ses possibilités commerciales. La notoriété de l'auteur est susceptible d'augmenter selon les actions publicitaires des groupes ou institutions auxquels il s'est affilié. L'auteur dans ses processus créatifs doit prendre en compte les contraintes du support de diffusion dont l'éditeur a habituellement la responsabilité.

5.1. Acteurs de l'autorité en contexte pré-numérique

Dans une situation pré-numérique, le schéma 1 présente les différentes influences que subissent les entités susceptibles d'intervenir dans l'élaboration d'un document édité par une institution et publié sur un support (imprimé, cd, cassette, dvd, etc).

Dans ce schéma traditionnel, un auteur est tenu de s'inscrire dans un genre, totalement dépendant du support géré par l'autorité institutionnelle (en général l'éditeur). Nous voyons que l'autorité institutionnelle est à même d'exercer une autorité de support sur les autorités énonciatives.



Présence de signes d'autorité autour de la production d'auteurs sur un document édité et porté par un support matériel.

5.2. Acteurs de l'autorité en contexte numérique

Nous tentons ici d'évaluer les déplacements de force dans la notion d'autorité informationnelle en publication numérique (web). Dans le contexte du numérique, plusieurs indices indiquent un changement de paradigme :

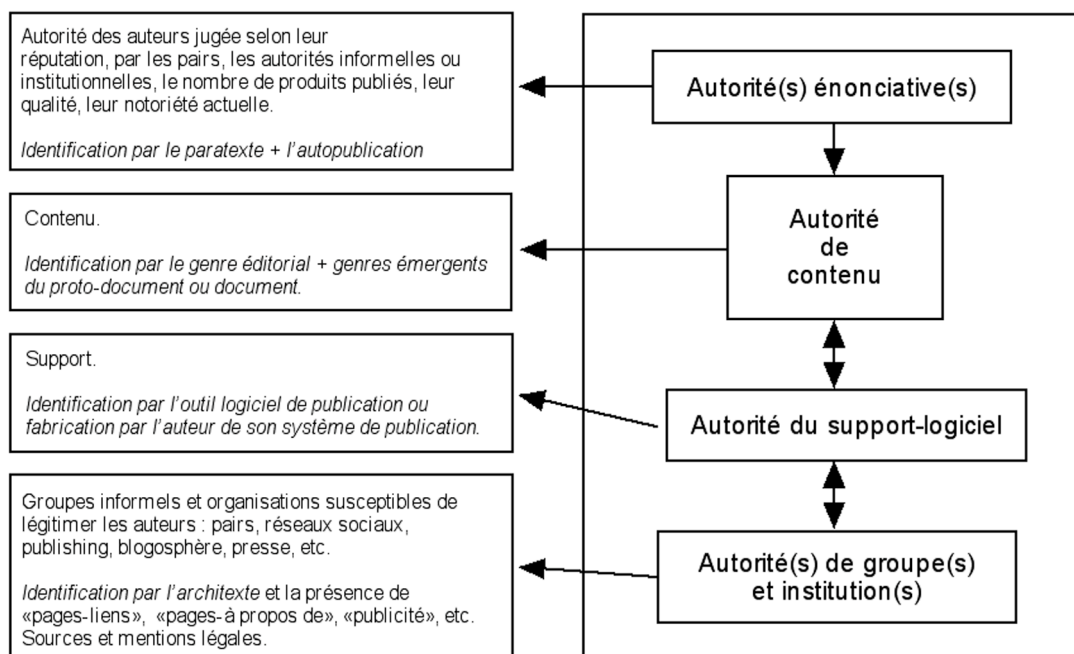
- l'apparition d'espaces de discussions, publications, référencements, ouverts à tous,

Construction de l'autorité informationnelle sur le web

- la baisse du filtrage institutionnel en matière éditoriale, éducative, politique, économique,
- les changements d'échelle (filtrage par les pairs, rédaction collective massivement distribuée, auto-publication, micro-paiements, « longue traîne », etc.),
- la réutilisabilité des contenus numériques et l'apparition de licences d'usages (ex : creative commons).

Dans la publication web, de multiples solutions diversifient le champ documentaire :

- l'**autorité énonciative** perdure mais la figure de l'auteur s'élargit (diversification dans les tâches) ou s'estompe jusqu'à disparaître : auteur/amateur, individuel/collectif ;
- l'**autorité de groupe** vient s'ajouter aux autorités institutionnelles : il s'agit d'un **groupe informel** rassemblé par un réseau sociotechnique pouvant se transformer en **groupe institué** ;
- l'**autorité de contenu** est dépendante de la stabilité du proto-document ou du document :
 - o genre : littéraire, musical, graphique, mixtes, éditoriaux émergents (publication wiki, webradios, blogs, podcasts, videoblogs, etc.),
 - o qualité : volatil/pérenne, micro/macro, panoramique/angle restreint, érudit/vulgarisé,
 - o sources : auteur(s), programme,
 - o architexte, paratexte : nom de domaine, éditeur, autres médiateurs, fabricant.
- l'**autorité du support-logiciel** :
 - o type : outil logiciel de publication (wiki, blog, cms, ou fabriqué par l'auteur = autopublication), moteur de recherche,
 - o périodicité : unique (auto-pré-post-publication), quotidien, hebdomadaire, etc.,
 - o lectorat : participatif, commentateur, auteur, etc.



Présence de signes d'autorité autour de la production d'auteurs portée par un support de type outil-logiciel de publication.

Le support numérique connaît deux changements majeurs par sa composition logicielle :

- sa dépendance aux autorités institutionnelles s'affaiblit car il est construit et modelé par les groupes informels de réseau : cas du logiciel libre, du web 2.0, etc ;
- il est susceptible d'être directement approprié par les autorités énonciatives : cas de l'auto-édition, auto-publication.

5.3. Relations entre autorités de support-logiciel et énonciatives

La différence entre le schéma 1 et 2 tient aux relations entre autorité du support et autorité énonciative. Dans le cas du support de type outil-logiciel de publication, l'auteur peut choisir de disparaître au profit d'une œuvre collective (publication wiki) mais il peut aussi s'auto-publier, c'est-à-dire fabriquer son propre système de publication : l'auteur est alors éditeur et « publisher », il cumule les fonctions. Dans ce contexte, l'autorité énonciative personnelle s'appuie sur la capacité autoritative à autopublier ses propres œuvres, textes élaborés ou simples commentaires.

Rappelons que l'autoritativité procède d'une conscience d'être conduisant à la modification créatrice de la réalité - ce qui passe par la confection d'un artefact - et à la décision personnelle de rendre public cette construction modifiante (de faire partager à un groupe social cette découverte). Cette capacité du devenir auteur passe par une conscience de soi active, une disposition que l'on a entraînée, une capacité à se distancier qui nous permet d'examiner, tout en étant partie prenante des situations, notre position et celle des autres ; posture à partir de laquelle on peut exercer des actions sur soi et son environnement.

L'autopublication est liée à l'autoritativité par sa double signification. Il peut s'agir de la décision de se passer d'intermédiaire pour porter à la connaissance du public ce qui a été réalisé dans une forme publiante existante (comme le genre éditorial préformaté du blog ou du wiki), dans ce cas elle peut être assimilée à de l'auto-diffusion. Mais il peut aussi s'agir d'un travail créatif consistant à fabriquer cette forme publiante (un site web réalisé en flash par exemple), dans ce cas l'autopublication concerne la fabrication de l'objet de communication qui entre comme composante dans l'œuvre réalisée. De nombreux exemples sont disponibles dans le secteur des arts et de la littérature numériques⁵.

Enfin, nous faisons entrer dans la catégorie « support-logiciel », les moteurs de recherche, car ils mettent en forme et médiatisent l'information.

5.4. Relations entre autorités énonciatives et institutionnelles, support-logiciel et groupes informels

Les relations entre « autorités énonciatives » et « autorités institutionnelles » apparaissent chamboulées par le renouvellement des espaces de publication. L'auteur se passe quelquefois d'éditeur et se réfère à ses pairs et à l'autorité du groupe informel de réseau dans lequel il s'est inscrit (blogosphère, groupes de discussions, réseau de type web2.0, archives ouvertes, etc.).

Souvent, le support-logiciel de publication est à la base de la création d'un groupe formel ou informel. Un groupe peut cependant décider de le faire évoluer et reprendre sa capacité d'autorité en le transformant (ex : voir les nombreuses versions de Spip⁶ modifiés).

⁵ On trouvera sur ce sujet de multiples exemples comme celui d'Albertine Meunier, alias Catherine Ramus : <http://www.albertinemeunier.net/>

⁶ Spip (Système de publication pour l'internet partagé) est un CMS (Content Management System) francophone qui a rencontré un gros succès dans le domaine de la publication web).

Le cas de Wikipédia illustre parfaitement la reconfiguration s'exerçant entre autorités énonciatives, de groupe et de support-logiciel. Il s'agit d'un cas emblématique de création qualitative de contenus alors que les autorités énonciatives apparaissent être en retrait et les autorités institutionnelles absentes.

Ce qui frappe tout d'abord sur l'encyclopédie Wikipédia, c'est la multiplicité des auteurs anonymes abandonnant leurs prérogatives d'auteurs pour exercer l'activité d'édition de pages. Ensuite, c'est l'institutionnalisation progressive du groupe informel avec une diversification dans les rôles et les fonctions⁷ attachées à la publication (administrateur, administrateur-développeur, développeurs, bureaucrates, stewards, vérificateurs d'adresse IP, etc.) et à l'édition (médiateurs, arbitres). Enfin, l'insertion progressive des lecteurs-auteurs dans le dispositif éditorial avec le volontariat (wikipompier, patrouilleur, etc.) permet d'ouvrir largement le dispositif.

Les diverses difficultés que rencontre Wikipédia à s'imposer en tant qu'« autorité de contenu » auprès des experts et des encyclopédies concurrentes couplée à la médiatisation dont ces difficultés ont fait l'objet incitent à penser que l'installation d'une nouvelle forme d'autorité informationnelle provoque des remous dans un paysage façonné par les habitudes anciennes.

5.5. Vers un changement de régime auctorial ?

Ce balayage nous permet de mieux comprendre les changements de régime de l'auctorialité, en phase avec les changements sociotechniques modulant l'autorité. Un virage était déjà bien identifié : de la Rome antique aux siècles des Lumières, étaient considérés comme auteurs les Dieux puis celui qui avait commandé l'ouvrage, celui qui l'avait inspiré, et non celui qui l'avait réalisé (le constructeur, l'écrivain). Jusqu'à la fin du XVIIIe, le « bon » écrivain était celui qui reprenait les textes des anciens en « variant » avec bonheur.

Puis il y a à peine trois cents années, l'auteur « original » émerge et est considéré comme « bon » auteur celui qui produit quelque chose venant de lui-même. L'autorité traditionnelle s'éloigne au profit des autorités institutionnelles (apparition de l'éditeur, droits de l'éditeur et de l'auteur), en même temps qu'apparaissent de nouvelles techniques de reproduction à l'identique (imprimerie à caractères mobiles).

Vraisemblablement, nous avons entamé un nouveau virage avec le XXe siècle, au vu :

- des figures émergentes d'auteurs :
 - décentralisé : multi-auteurs sans figure d'auteur collaborant au sein d'un réseau sociotechnique institué et décentralisé (Wikipédia),
 - collectif : multi-auteurs rassemblés sous une figure d'auteur unique (R.T. Pédaque),
 - machinique : programmes produisant des œuvres artistiques, documents sans auteurs produits par assemblage informatique (communiqués météo, pages html dynamiques) ;
- des nouveaux modes de filtrage des textes (filtrage a posteriori dans la publication distribuée),
- de l'installation de nouveaux « intermédiaires » de l'information comme les bloggers dans le champ de l'information professionnelle,
- de l'apparition de groupes sociotechniques informels :
 - partage de ressources (Del.icio.us, Digg, etc.)
 - partage et création de contenus (Flickr, YouTube, Ekopedia, etc.)

⁷ http://fr.wikipedia.org/wiki/Wikip%C3%A9dia:Statuts_des_utilisateurs

- constitution de communautés (MySpace, TagWorld, LinkedIn, etc.)
- auditeurs (Last.fm), lecteurs (BookMooch), etc.
- la décentralisation et la distribution des activités éditoriales.

L'apparition de groupes informels issus de réseaux sociotechniques exerçant de nouvelles formes de filtrages, l'affaiblissement de la reproduction d'exemplaires en série au profit de prototypes, les transferts d'activités entre auteurs, éditeurs, publishers-diffuseurs, tout ceci augure d'évolutions devant modifier à terme le paysage des « industries culturelles » et celui du champ documentaire.

6. Conclusion

Alors que le critère d'« autorité » entre comme argument publicitaire dans la recherche d'informations, il était urgent de faire le tour des approches scientifiques déterminantes pour un concept difficile à délimiter. Si le concept d'autorité cognitive est opérationnel, il ne prend pas suffisamment en compte les composantes qui exercent leurs jeux de force dans la formation de l'autorité en tant qu'influence. La proposition d'autorité informationnelle vise à préciser le poids des différents acteurs susceptibles de faire autorité dans la production d'informations. Le changement de support dû au passage au numérique remet en question les « autorités » sur lesquelles étaient basées l'attribution de confiance, la vérification et la légitimation de l'information. En particulier, l'arrivée de nouveaux acteurs et la redistribution des rôles dans la fabrique de l'information sur un support dynamique laisse apparaître un nouveau tournant pour l'auteur qui découvre d'autres pratiques.

7. Bibliographie

ARENDDT, A. (1954). *La crise de la culture*. Folio/Essais (1989).

BURTON, S. (2004). « L'émergence dynamique des autorités épistémiques sur le web ». Mémoire de DEA de Sciences cognitives. EHESS.

ENDRIZZI, L. (2006). « L'édition de référence libre et collaborative : le cas de Wikipedia ». Les dossiers de la Veille scientifique et technologique de l'INRP. <http://www.inrp.fr/vst/Dossiers/Wikipedia/sommaire.htm>

FORSÉ M., 2002, « Les réseaux sociaux chez Simmel : les fondements d'un modèle individualiste et structural ». In : Deroche-Gurcel L., Watier P. (sous la dir.), *La sociologie de Simmel (1908), Eléments actuels de modélisation sociale*, PUF, coll. Sociologies, p. 63-109.

GHITALLA, F., LE BERRE A., RENAULT. M. (2005). « Expérimentations autour de radiographies documentaires du web » in Créer, jouer, échanger. Conférence H2PTM'05. Hermès/Lavoisier.

KLEINBERG, J. (1999). « Authoritative sources in a hyperlinked environment ». *Journal of the ACM*, 46 (5), p. 604-632.

LECLERC, G. (1996) *Histoire de l'autorité. L'assignation des énoncés culturels et la généalogie de la croyance*. PUF.

MARLOW, C., NAAMAN, M., BOYD, D., DAVIS, M. (2006). « Position paper, tagging, taxonomy, flickr, article, toread ». Communication in Collaborative Web Tagging Workshop. 15^e conférence internationale du WWW, Edinburgh. <http://www.rawsugar.com/www2006/29.pdf>

ORIGGI, G (2006) « Autorité épistémique et Internet scientifique : la diffusion du savoir sur Internet ». Working paper déposé sur http://hal.ccsd.cnrs.fr/view_by_stamp.php?label=ENS&langue=en&action_todo=view&id=ijn_00000678&version=1

PEDAQUE, R.T. (2006). *Le document à la lumière du numérique*. C&F Editions.

RIEH, S. Y. (2002) « Judgment of information quality and cognitive authority in the web ». In *Journal of the american society of information science and technology*. 53 (2) : pp.145-161.

RIEH, S. Y. (2005) « Cognitive authority ». In K.E. Fisher, S. Erdelez, & E. F. McKechnie (Eds.), *Theories of information behavior: A researchers' guide*. Medford, NJ : *Information Today*. http://www.si.umich.edu/rieh/papers/rieh_IBTheory.pdf

WILSON, P. (1983) *Second-hand knowledge. An inquiry into cognitive authority*. Greenwood Press.