

Hybridation des savoirs en intelligence économique. Quel rôle pour les blogs ?

Christian Marcon

▶ **To cite this version:**

Christian Marcon. Hybridation des savoirs en intelligence économique. Quel rôle pour les blogs ?. MUSSI Médiations et hybridation : construction sociale des savoirs et de l'information, LERASS - Réseau MUSSI, Jun 2011, Toulouse, France. hal-01120418

HAL Id: hal-01120418
https://hal.science/hal-01120418

Submitted on 25 Feb 2015

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

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

Hybridation des savoirs en intelligence économique. Quel rôle pour les blogs ?

Christian Marcon

Maître de conférences en sciences de l'information et la communication
Habilité à diriger des recherches

Institut de la Communication et des Technologies Numériques – ICOMTEC /
Université de Poitiers 2 Avenue René Cassin BP 60164 86962 FUTUROSCOPE CEDEX

Laboratoire CEREGE EA 1722

✆ 06 78 24 11 31 christian.marcon@univ-poitiers.fr

Résumé : La communauté de l'intelligence économique fourmille de blogs dont le projet oscille entre promotion personnelle et diffusion de connaissances. Ces outils modernes sont techniquement construits d'une manière telle qu'une hybridation des connaissances puisse s'opérer par leur entremise. L'étude présentée a cherché à comprendre si, dans ce cadre, une hybridation des connaissances scientifiques sur l'intelligence économique était observable. Il en ressort qu'une forte hybridation s'opère bien sur le terrain des sujets de préoccupation professionnels, mais pas sur la base de connaissance scientifiques.

Mots clés : intelligence économique, blogs, hybridation, savoirs

Hibridação de conhecimento em inteligência económica. Qual o papel dos blogs?

Resumo : A Irmandade da inteligência está cheia de blogs cujos projectos vão desde a promoção pessoal e divulgação de conhecimento. Estas ferramentas modernas são tecnicamente construídos de tal forma que a hibridização pode tomar conhecimento lugar através delas. O presente estudo buscou compreender se, neste quadro, um híbrido de conhecimento científico sobre a informação económica foi observada. Ele mostra uma forte hibridação ocorre tanto no campo das preocupações profissionais, mas não na base do conhecimento científico.

Palavras-chave: business intelligence, blogs, hibridação, Conhecimento

Hybridization of knowledge about competitive intelligence. What is the use of blogs ?

Abstract : The french professional community of competitive intelligence has developed a wide range of blogs whose projects hesitate between personal promotion dans dissemination of knowledge. The Tools are technically conceived to make hybridization of knowledge possible. The present study sought to understand wether a hybridization of scientific knowledge on competitive intelligence was observed or not. The results show a strong hybridization in the field of professional concerns, but not on the basic of scientific knowledge.

Keywords : business intelligence, blogs, hybridization, knowledge.

Introduction

Apparus dans la seconde moitié des années 1990, les blogs ont rapidement connu une popularité liée à leur facilité de création et d'usage. D'abord considérés comme une voie d'expression personnelle, ils sont désormais également des espaces d'expression numérique professionnels, supports de la réputation numérique et de la carrière de leur auteur. L'abondance éditoriale assurée par les bloggeurs, quelquefois très spécialisés, la possibilité technique d'en assurer un suivi systématique par le procédé des flux « RSS » (*real simple syndication*) a fait de ces espaces rédactionnels un élément récurrent des dispositifs de veille automatisée mis en œuvre dans le cadre de démarches de veille par des entreprises inquiètes du pouvoir de construction / destruction d'image des blogs de tous types.

En 2010, nous avons entrepris d'étudier la contribution des blogs professionnels à l'hybridation des savoirs. Une première recherche nous a permis de mettre en évidence le fait que les blogs professionnels consacrés aux réseaux sociaux – thème d'actualité s'il en est - ne jouent pas un rôle de médiation des connaissances scientifiques. Pour sa part, l'unique blog scientifique consacré au sujet néglige tout autant les blogs des professionnels. Ces deux mondes s'ignorent presque totalement, de sorte qu'aucune hybridation des connaissances, en cette matière, ne se réalise par le canal des blogs, alors même que ceux-ci s'inscrivent dans la sphère des ressources couramment exploitées par les adeptes des réseaux sociaux.

Au terme de cette étude, nous avions formulé l'hypothèse heuristique qu'en matière d'intelligence économique l'impact des blogs pourrait être plus positif. Cette hypothèse a été mise à l'épreuve dans le cadre d'une recherche menée en 2010-2011 dont les résultats sont présentés ici en deux étapes. Nous étudions dans un premier temps le rapport qui semble s'est établi entre la communauté de l'intelligence économique est les de communication que sont les blogs. Puis, dans un second temps, les résultats de la recherche sont présentés et discutés.

1. Le rapport de la communauté de l'intelligence économique aux blogs.

1.1 Quelques rappels sur la communauté de l'intelligence économique

L'intelligence économique est devenue un véritable champ d'activité professionnelle en France depuis le milieu des années 90, dans le sillage de la parution du rapport intitulé *Intelligence économique et stratégie des entreprises* qui définissait l'intelligence économique comme *« l'ensemble des actions coordonnées de recherche, de traitement et de distribution en vue de son exploitation, de l'information utile aux acteurs économiques. […]»* (Martre, 1994 : 11). Elle regroupe un nombre de professionnels qui reste assez réduit (sans doute de l'ordre du millier), pour un marché qui avoisinerait, selon *Veille magazine* (premier magazine professionnel du domaine en France), environ 125 millions d'euros. Une trentaine de formations supérieures touchant de manière centrale ou périphérique à l'intelligence économique existerait en France. Cela suffit pour créer une communauté professionnelle, de relativement faible ampleur numérique, mais réunie par une connivence souvent assez forte et parfois vivement mise en lumière par l'actualité, comme le rappelle « l'affaire » de l'espionnage frappant Renault au début 2011. Dans ces occasions, la frontière entre l'intelligence économique, légale, et l'espionnage, illégal, est facilement négligée par les médias et la communauté de l'intelligence économique tout entière bruisse des échos médiatiques.

Les principes au cœur de l'intelligence économique concernent l'information, une information recherchée, traitée, diffusée à un ensemble de destinataires sélectionnés pour alimenter la prise de décision stratégique, mais aussi une information protégée pour ne pas être communiquée au delà de l'entreprise. La fonction, exercée dans l'entreprise ou en tant que consultant, apparaît évidemment « sensible » et, a priori, ne prête pas à dévoilement public d'activités de terrain, sauf en d'assez rares occasions, lors de colloques ou congrès, sous la forme de cas généralement démarqués ou de cas collectifs impliquant une filière par exemple. En revanche, les actualités caractérisant les métiers de l'intelligence économique, la politique nationale d'intelligence économique, les opérations publiques de sensibilisation des entreprises, l'action des réseaux professionnels, etc. peuvent parfaitement justifier des échanges publics. Les résultats de recherches entrent dans cette deuxième catégorie d'information. Ils sont communiqués publiquement ou diffusés dans des supports magazines ou revues et sont donc susceptibles d'alimenter des espaces d'hybridation des connaissances.

1.2 Le blog, média d'hybridation des connaissances acceptable

Avant d'interroger l'hybridation réalisée par les blogs dans le domaine de l'intelligence économique, sans doute faut-il s'interroger sur la capacité même de ces outils à remplir cette fonction.

Définis comme *« des pages web fréquemment modifiées dans lesquelles les entrées sont listées dans un ordre chronologique inversé* » (Herring, Cheidt, Bonus & Wright, 2004) ou « *un type de site internet interactif, constitué de billets classés de manière antéchronologique […] et publiés au gré de l'auteur*. » (Baruch, 2006), les blogs sont devenus en quelques années un moyen relativement populaire d'expression, prenant de multiples directions. Costerg (Costerg, 2006), pour ne prendre que cet exemple, identifie sept types de blogs : blogs personnels, blogs d'opinion ou d'actualité, blogs thématiques ou d'expert (parmi

lesquels les blogs d'universitaires, blogs de journalistes professionnels et sur les médias, blogs politiques, blogs émanant de sociétés commerciales, blogs d'entreprises.

L'analyse conduite par Temperville[1] à partir d'une étude des blogs à l'université montre à la fois le potentiel des blogs, novateurs, créatifs « *à la frontière des genres et des styles* », associés à un auteur, ayant une forme identifiée, stable, et leur limite tenant à leur caractère de « *média de l'immédiateté, du flux* », à une écriture « *agrégative* », souvent fondée « *sur la reprise de sources, de textes trouvés ailleurs* » que l'on se contente de commenter « *au gré des humeurs* ». Malgré les réserves formulées par Temperville, il ne saurait être question de refuser *a priori* aux blogs toute capacité à reprendre, retravailler, mettre en perspective, commenter et diffuser de manière utile et performante des contenus académiques. Les écrits scientifiques ne sont pas si évidemment performants dans leur écriture qu'ils ne puissent supporter d'être repris et éventuellement « malaxés » par les bloggeurs. L'étude réalisée par Funkhouser, Maccaby et Richaudeau en 1966 montre de grandes disparités dans la qualité des textes scientifiques tant en gain d'information pour le lecteur, qu'en plaisir de lecture, en création d'intérêt pour le sujet et en désir d'information supplémentaire. Parmi les enseignements de l'étude, il apparaît que l'apport en information d'articles consacrés à un même sujet est très variable selon l'auteur et sa manière d'écrire (variant de 1,5 % de gain d'information à 19,7 %). En outre, « *les articles les mieux compris et assimilés étaient aussi ceux qui plaisaient le plus, qui suscitaient l'attitude la plus favorable et donnaient le plus envie au lecteur d'en savoir davantage*. » (Funkhouser, Maccaby et Richaudeau ; 1972). Dans cette perspective, le style d'écriture propre aux blogs, décrit plus haut, la notoriété des bloggeurs peuvent constituer un atout et, au risque parfois de réduire l'information, donner une audience plus large aux productions de la recherche. A ce compte là, une hybridation des connaissances scientifiques peut s'envisager.

1.3 La communauté de l'intelligence économique et les blogs

Les acteurs de l'intelligence économique ont d'abord créé des sites web de promotion et de prospection, dits sites *vitrines*, souvent faibles en connaissances à partager, au delà d'une argumentation *pro domo* vantant - exercice difficile - des compétences difficiles à démontrer s'agissant d'activités intellectuelles et des expériences que la déontologie interdit d'attester puisque la confidentialité des noms des entreprises clientes est la règle. Ce faisant, ils exploitaient les outils de parution sur Internet disponibles à l'époque, des outils lourds à manipuler si nous les comparons à la facilité de mise en œuvre de ceux aujourd'hui disponibles.

Plus récemment, dans la seconde moitié des années 1990, sont apparus des blogs tenus par des professionnels aussi bien que par des jeunes diplômés en intelligence économique ou encore par des étudiants dans cette discipline qui ont vu là un moyen de se mettre en valeur en apportant un véritable contenu informatif ou, à tout le moins, en se constituant une identité numérique. Cette démarche est d'autant plus intéressante à analyser que le milieu de l'intelligence économique, si prompt à sécuriser l'information, recommande également le partage d'information et que les colloques organisés dans ce domaine voient également régulièrement des professionnels intervenir pour proposer des résultats de recherches de

[1] Temperville V., De l'usage des blogs à l'université. Quelques considérations, *Distances et savoirs*, 2010/1, n°8, p. 13-40

terrain..

La problématique au cœur de notre communication est donc la suivante : le dispositif info-communicationnel que constituent ces blogs qui animent, bien davantage que les sites web, les débats sur l'intelligence économique, joue-t-il un rôle d'hybridation des savoirs ? Les bloggeurs professionnels réfèrent-ils - et dans quelle mesure - aux travaux des chercheurs ? Ces derniers s'intéressent-ils aux publications des bloggeurs ? Si tel est le cas, nous devrions observer ce que nous définissions en 2010 comme un processus complexe par lequel des éléments de langage, des connaissances, des pratiques, des représentations s'interpénètrent et s'influencent de telle manière que chacun en est transformé. (Marcon, 2010)

2. Démarche et résultats

2.1 Questions de méthode : la sélection des blogs observés.

Sélectionner des blogs représentatifs ou particulièrement significatifs, à défaut d'être représentatifs, est un exercice délicat dans le cadre d'une recherche. Il convient en effet de rechercher les bloggeurs disposant d'une autorité informationnelle au sens de Broudoux (2007), laquelle repose sur une combinaison de quatre variables : une autorité énonciative (qualité de ce qui est dit, régularité de parution des billets, qualité d'écriture, ancienneté du blog) ; une autorité de contenu (nature des informations diffusées, liens proposés, cohérence des sujets abordés, sources d'information relayées, paratexte) ; une autorité institutionnelle (fonction exercée par l'auteur, organisation d'exercice professionnel) ; une autorité du support de publication.

S'agissant d'un sujet qui n'est pas très « grand public », il est peu pertinent de se fier aux classements proposés par des moteurs habituellement sollicités tels que Technorati, www.blogsearch.google.com, www.delicious pour établir les constituants précis de notre champ d'observation. Une recherche reposant sur l'expression « intelligence économique » n'est pas non plus suffisante : elle génère une trop forte proportion de réponses de peu d'intérêt. Un bloggeur expert a d'ailleurs parfaitement démontré les difficultés de l'exercice en lui-même[2].

L'échantillon a été établi en se référant à la construction collective opérée par les bloggeurs eux-mêmes dans leurs choix de liens avec d'autres blogs. Les bloggeurs se choisissent, sans doute un peu pour des raisons affectives, un peu de manière paresseuse parce qu'ils estiment devoir référencer certains blogs parce que d'autres les référencent et, probablement aussi de manière dominante, parce qu'ils les consultent, y trouvent du contenu qu'ils jugent pertinent, un ton qui leur convient, et globalement un « esprit blog » dans les fonctionnalités proposées. Les blogs professionnels étant un outil de construction de réputation et de légitimité, les bloggeurs n'ont globalement pas intérêt à galvauder leur image en référençant des blogs de piètre qualité. Ils seraient plutôt à la recherche de la perle rare.

Le risque n'est pas nul de voir le regard du chercheur influencé par celui de son propre objet de recherche mais en cette circonstance, ce risque, reconnu, assumé, nous semble être la contrepartie acceptable d'une construction d'un objet de recherche par hybridation de

[2] http://www.actulligence.com/2010/11/29/cartographie-de-l'intelligence-economique-du-miste-wtf/

connaissances. D'autant plus que notre propos n'est pas de dire quels sont les blogs influents mais de voir en quoi ceux que les bloggeurs considèrent comme influents participent d'une hybridation des savoirs sur l'intelligence économique.

Au final, nous avons extrait du corpus construit à partir des choix des bloggeurs un ensemble de neuf blogs ayant produit en moyenne au moins un billet par semaine sur la période de l'étude quand les spécialistes estiment qu'un minimum d'un billet par quinzaine s'impose pour exister dans la blogosphère. Cela représente une production globale de 794 billets étudiés[3] répartis tel que le tableau suivant l'indique.

Tableau 1. Corpus des blogs observés.

Nom du blog	Nombre de billets étudié	Date du plus ancien	Date du plus récent
www.vedocci.fr	100	7 mois	2 semaines
www.inter-ligere.net	100	1 an	2 jours
www.sphere-ie.fr	94	1 an	6 jours
www.demainlaveille.fr	90	10 mois	3 semaines
www.outilsfroids.net	81	1 an	1 jour
http://jacques.breillat.fr/	78	1 an	6 jours
www.metis-acie.fr/	65	1an	2 mois
http://blogs.lesechos.fr/intelligence-economique/intelligence-economique-r11.html	45	11 mois	1 jour
www.actulligence.com/	41	9 mois	3 semaines
Total	794		

2.2 Les résultats de la recherche.

Une étude détaillée des différents blogs est très riche d'enseignements.

www.vedocci.fr : blog animé par Maël Le Hir, Chargé de communication, Responsable information économique et Référent intelligence économique à la CCIT de l'Ardèche (délégation d'Annonay) en Rhône-Alpes (France). L'auteur annonce 10 000 visiteurs par mois, consultant 60 000 pages et 1400 abonnés à son flux RSS. Le blog est d'abord un support de diffusion d'informations relatives aux actions menées par les CCI, dans une proportion qui doit atteindre les 80 %. Les autres billets sont consacrés à des événements (conférences, lectures d'ouvrages…) auxquels l'auteur a participé. Accessoirement, une référence à une soutenance de thèse… d'une chargée de mission de la CCI de Rennes.

www.inter-ligere.net : blog écrit par Jérôme Bondu, fondateur de l'entreprise Interligere. Ce blog est beaucoup plus varié en sujets traités, à la mesure d'une démarche professionnelle plus variée de la part de son auteur qui assure des interventions, des conférences, du conseil… Sur la centaine de billets produits en un an, trente sont classés dans la rubrique « intelligence économique » par l'auteur, les autres entrant dans des rubriques telles que : géopolitique, réseaux humains, benchmarking, etc. qui sont des éléments intégrés dans le démarche

[3] L'outil de suivi Netvibes, qui permet une mise à jour quotidienne des billets parus, limite à 100 le nombre total de billets mémorisés par site ressource. Quatre sites ont dépassé le chiffre de cent billets en un an. Seuls les cent derniers de chacun sont étudiés ici. Il nous a semblé que le corpus était suffisamment significatif : rares sont les personnes qui recherchent des billets de plus d'un an.

d'intelligence économique. A la différence de M. Le Hir, J. Bondu se met assez régulièrement en scène, raconte fréquemment à la première personne les rencontres qu'il a faites, les manifestations auxquelles il a assisté. Les informations qu'il diffuse sont variées : annonces de manifestations professionnelles, de formations, d'interventions d'acteurs de l'Etat, offres de stage, prises de notes réalisées, vidéos enregistrées… Quelques annonces de colloques scientifiques ou de congrès.

www.sphere-ie.fr : blog d'Olivier Guitton et Fabien Lepoivre, pour la société Nevao. Sur 94 billets identifiés, 50 relèvent de l'intelligence économique. Le principal rédacteur, O. Guitton, se fait essentiellement le relais d'articles parus en lien avec l'intelligence économique, qu'il fait précéder de quelques lignes dans l'esprit du chapo des articles de presse, ou empruntées au texte référencé, mettant en quelque sort le lecteur en appétit. Pas de référence claire à des recherches, mais un relais de la newsletter de la formation en intelligence économique de l'ICOMTEC (dont O. Guitton est issu), dans laquelle sont parfois abordés des questions de recherche.

www.demainlaveille.fr : blog d'Aref Jdey, qui se présente comme consultant-chercheur spécialiste en systèmes de veille et management de l'information. Particulièrement productif (il a écrit 100 billets entre la mi-mars 2010 et la mi janvier 2011, A. Jdey suit de près les innovations en termes d'outils, les parutions d'études et de rapports, les mouvements dans les rachats d'entreprises. Ses billets, de longueur variable, sont de type analytique, assez fortement documentés. L'auteur n'hésite pas à se montrer critique sur des sujets qu'il connaît bien. Pas de référence à des productions scientifiques, même si l'esprit rappelle l'esprit du chercheur.

www.outilsfroids.net : blog tenu par Christophe Deschamps, consultants, spécialiste des outils sur le web, qui produit également un second blog, http://nouveaumanagementdelinformation.viabloga.com associé à l'ouvrage qu'il a produit sous le titre « Le nouveau management de l'information ». Sour l'appellation « intelligence économique », C. Deschamps produit en moyenne 8 articles par mois. Ils sont principalement consacrés aux outils du web 2.0, sur lesquels l'auteur réalise une veille pointue. Ses billets sont tantôt des newsletters agrégatives, chargées en liens vers des applications ou questions traitées ailleurs, tantôt des billets de longueur variable, non dénués d'humour. Pas trace de référence à des productions scientifiques.

http://jacques.breillat.fr/ : blog tenu par Jacques Breillat, docteur en science politique, enseignant à l'université de Bordeaux, directeur pédagogique d'un master d'intelligence économique. Le blog est structuré autour de thèmes directement liés au domaine et qui font ressortir la dimension pédagogique de l'auteur : bibliographie, concepts et conceptions, formation, notes de lectures, outils pratiques… Dans son écrit, J. Breillat se montre plus long que la plupart des autres bloggeurs. Il construit et développe des argumentations, des analyses dans un style plus distancié à l'égard des informations présentées qui sont, dès lors, plus en avant que l'auteur. Une seule référence à un travail de recherche universitaire : un renvoi aux travaux de F. Bullinge, donnant un lien direct sur sa thèse de doctorat.

www.metis-acie.fr/ : blog tenu depuis 2009 par une association de cinq diplômés en intelligence économique, l'Association du Comptoir en Intelligence Economique, qui affichent un projet éditorial : promotion de l'intelligence économique par une « rédaction régulière et continue d'analyses approfondies sur les questions de Défense, d'Énergie, d'Environnement, de Santé et de Technologies ». Ce blog est à part dans la série étudiée. Ses auteurs présentent réellement de longs billets, assimilables à des articles, sinon de recherche, au moins d'analyse, sur des sujets assez pointus. Si une rubrique prévoit le traitement de

sujets consacrés à des « rapports, thèses, textes juridiques », aucune production de recherche n'est analysée dans le blog.

http://blogs.lesechos.fr/intelligence-economique/intelligence-economique-r11.html : blog tenu par l'Académie de l'Intelligence Economique, sur un support accueilli par le quotidien Les Echos. Les billets sont d'une longueur moyenne, variant de 3000 à 7500 signes. Les auteurs se relaient pour alimenter le blog, à partir de l'actualité, par des billets engagés, visant à soutenir le développement de l'intelligence économique en France. Très peu, voire aucune place accordée aux outils. Pas de référence aux travaux de recherche.

www.actulligence.com/ blog de Frédéric Martinet, consultant et formateur en veille et intelligence économique. L'auteur choisit de présenter des développements longs, des extraits de ses travaux, des analyses critiques développées, des éléments de méthode. Le site comporte un vrai contenu informationnel, mais aucun consacré à des résultats de recherche scientifique.

2.3. Discussion des résultats

Les résultats de l'analyse des billets consacrés à l'intelligence économique dans les blogs étudiés montrent que, contrairement à l'hypothèse formulée lors d'une recherche antérieure, les blogs français consacrés à l'intelligence économique ne suscitent pas une hybridation des connaissances scientifiques issues de la recherche en intelligence économique. Cela pose évidemment plusieurs questions : faut-il voir là une méconnaissance complète de la recherche en intelligence économique ? Un décalage fort entre les connaissances produites et les centres d'intérêt des bloggeurs ? Une conséquence du faible investissement du web 2.0 par les chercheurs pour la diffusion de leurs travaux ? Une rétivité des travaux scientifiques à la lecture par des non scientifiques ? Un souverain mépris pour la recherche en intelligence économique, comme certains commentaires de billets le laissent deviner ? Les explications envisageables ne manquent pas, qu'il faudrait soumettre aux bloggeurs concernés.

Si l'hybridation des connaissances scientifiques ne s'opère pas, en revanche, les blogs sont un excellent outil de suivi de l'actualité, s'agissant des outils nouveaux, des actions engagées par l'Etat, les collectivités locales ou les Chambres de Commerce et d'industrie, des manifestations professionnelles, des productions intellectuelles diverses telles que rapports, études, supports de conférences. En mélangeant à ces dernières des images vidéo, des commentaires, des réactions d'un blog aux propos d'un autre blog, des réflexions personnelles et des analyses distanciées, les blogs sont surtout un espace incomparable d'hybridation généralisée des connaissances en intelligence économique entre experts professionnels et d'amateurs éclairés. Les réseaux sociaux n'ont pas cette vocation. Les journaux ne s'ouvrent pas autant aux commentaires et contributions d'origines diverses. Les sites web sont trop statiques ou institutionnels pour cela.

En somme, et peut-être pour une fois, les acteurs de l'intelligence économique (au moins certains d'entre eux) pratiquent ce qu'ils revendiquent : l'information partagée. De sorte que s'opère là une réelle « *construction discursive des objets de savoir* », qu'il faudrait sans doute mettre en perspective par rapport à celle que l'on peut observer dans l'écriture de la science.

Références

Baruch T., *Blog professionnel. Un outil d'échange et de communication*, Nantes, ENI Editions, 2006, 235 p.

Broudoux E., 2007, Construction de l'autorité informationnelle sur le web (dir. Winfield Lund N.et Skare R.) in *Documentation Studies*, 11p.

Couzinet V., 2000, *Médiations hybrides. Le documentaliste et le chercheur en sciences de l'information*, ADBS Editions, 340 p.

Funkhouser R., Maccaby N., Richaudeau F., 1972, Information scientifique et lisibilité, *Communication et langages*, N° 15, P. 5-14

Herring S.C., Scheidt L.A, & al, 2004, Bringing the Gap : a Genre Analysis of Weblogs, *37th Hawaii International Conference on System Sciences,* Big Island, 11 p.

Jacobi D. & Schiele B., 1988, *Vulgariser la science*, Seyssel, Ed. Champ Vallon, 284 p.

Marcon C., 2010, Hybridation des savoirs sur les réseaux. Les blogs professionnels français servent-ils à quelque chose ? *Journée scientifique internationale du Réseau MUSSI,* Avignon, 15 mars

Mondada L., 1995, La construction discursive des objets de savoir dans l'écriture de la science, *Réseaux, vol. 13, n° 71, p. 55-77*

Papilloud C., 2007, *La société collaborative*, Paris, Ed. L'Harmattan, 219 p.

Temperville V., De l'usage des blogs à l'université. Quelques considérations, *Distances et savoirs*, 2010/1, n°8, p. 13-40

Wilson P., 1983, *Second-hand knowledge. An inquiry into cognitive authority*. Greenwood Press, 211 p.