
N° 140 | 2022

TEST TEST Information, communication, documentation : les nouvelles utopies

Les acteurs de la diffusion de la notion d'e-réputation en France visualisés sous la forme d'un graphe

Jean-Baptiste MACLUCKIE

Édition électronique :

URL :

<https://revue-cossi.numerev.com/articles/revue-140/95-les-acteurs-de-la-diffusion-de-la-notion-d-e-reputation-en-france-visualises-sous-la-forme-d-un-graphe>

ISSN : 2495-5906

Date de publication : 31/12/2022

CertiScience® *Certifié évalué par les pairs*

Cette publication est sous licence **CC BY-NC-ND** (Attribution - No commercial - No derivatives).

Pour **citer cette publication** : MACLUCKIE, J.-B. (2022) Les acteurs de la diffusion de la notion d'e-réputation en France visualisés sous la forme d'un graphe. *Revue COSSI*, (140).

<https://revue-cossi.numerev.com/articles/revue-140/95-les-acteurs-de-la-diffusion-de-la-notion-d-e-reputation-en-france-visualises-sous-la-forme-d-un-graphe>

La notion de réputation en ligne, ou e-réputation, a émergé au début des années 2000 en France. Depuis son apparition s'est construit un véritable marché de la e-réputation, relativement structuré, comprenant une diversité d'acteurs aux pratiques souvent similaires. Quels sont les acteurs de la diffusion de la notion d'e-réputation en France ? C'est la question à laquelle notre proposition souhaite apporter des éléments de réponse, à travers une visualisation d'un réseau de comptes Twitter qui participent à la diffusion de cette notion en France.