

Réseaux sociaux numériques de la recherche

entre visibilité et pratiques éthiques

Aline Bouchard _ Urfist de Paris

Mariannig Le Bécheuc _ MCF_ Urfist de Lyon

Avec la participation de Jérôme Darmont



FORMATION

CONFÉRENCES-ATELIERS | 2019-2020

Publications et données (en) SHS sous l'angle de l'éthique et du droit

18 oct 2019 | 9h30-12h30

Éthique et traitement de données web

Camille Alloing (IAE Poitiers), Mariannig Le Béhec (Univ. Lyon 1)

17 janv 2020 | 14h-17h

Réseaux sociaux numériques de la recherche : entre visibilité et pratiques éthiques

Aline Bouchard (Urfist Paris), Mariannig Le Behec (Univ. Lyon 1)

2 avr 2020 | 14h-17h

L'éthique des données de la recherche en sciences humaines et sociales

Bernard Jacquemin et Joachim Schöpfel (Univ. Lille, GERiCO)

4 mai 2020 | 14h-17h

Enquêtes enregistrées sur le terrain : collecter, archiver et diffuser des données avec le droit et l'éthique comme alliés

Véronique Ginouvès (CNRS, MMSH)

■
Lieu : MSH Lyon St-Étienne 14 av. Berthelot,
Lyon 7^e (salle Elise Rivet ou Ennat Léger)

■
Infos et inscription : [www.msh-lse.fr/evenements/
publications-donnees-en-shs-sous-angle-ethique-droit](http://www.msh-lse.fr/evenements/publications-donnees-en-shs-sous-angle-ethique-droit)

Plan

1. Pourquoi des réseaux sociaux numériques pour la recherche ?
2. Présentation d'Academia et ResearchGate
3. Pratiques des réseaux sociaux numériques de la recherche
4. Pour une recherche intègre et responsable avec les réseaux sociaux numériques
5. Au-delà des réseaux sociaux numériques pour la recherche



Profil

selon Louise Merzeau



- **Le profil a une double activité :**
 - l'activité algorithmique qui est une production de calcul, de métadonnées et de traces
 - une activité narrative et spéculaire, comme un habiter quelque chose qui serait du territoire
- **Matrice d'un territoire imaginaire commune à diverses logiques (mémorielles, identitaires, communicationnelles, stratégiques ou marketing)**
- **L'individu devient son propre média**
- Ressource : Le Béhec, Alloing, Territoires numériques de marques, Questions de communication, 2019



Réputation

Selon Camille Alloing



- **Attributs identitaires**

- Ce que les autres disent à propos de ma présence numérique
- leur quantification à travers des indicateurs

- **Ce que les plateformes agencent sur cette présence à partir d'attributs identitaires**



Sur des **RSN**

- **Stenger et Coutant** (2017, p. 221) des services web qui permettent aux individus et aux institutions
- « (1) de construire un profil public ou semi-public au sein d'un système,
- (2) de gérer une liste des utilisateurs avec lesquels ils partagent un lien,
- (3) de voir et naviguer sur leur liste de liens et sur ceux établis par les autres au sein du système,
- et (4) fondent leur attractivité essentiellement sur les trois premiers points et non sur une activité particulière.”



Dans quel écosystème se place la recherche ?

Social Media Landscape 2019



Différents dispositifs

- **Social networking** : Facebook, LinkedIn, RG, Academia.edu
- **Social bookmarking** : Mendeley, Zotero, CiteUlike, Delicious, Digg, Babelio (book)
- **Blogging** : Academia Blog Portal, Hypotheses.org
- **Microblogging** : Twitter, tumblr, FriendFeed, Plurk, Sina Weibo
- **Wikis** : Wikipédia
- **Vidéo** : YouTube, Ted Talks
- **Media and data sharing** : GitHub, Figshare, Slideshare
- **Social media recommending, rating, reviewing** : F1000prime



1. Pourquoi des réseaux sociaux numériques pour la recherche ?



Injonction à la **visibilité**

Publish or Perish

+

Be visible or Vanish



L'enjeu du référencement

The Google logo is displayed in its characteristic multi-colored font. The letters are: 'G' in blue, 'o' in red, 'o' in yellow, 'g' in blue, 'l' in green, and 'e' in red.

Injonction à l'**ouverture**

open access

science ouverte



Open access



<https://openaccess.couperin.org/comment-definir-lopen-access/>



Science ouverte



2018

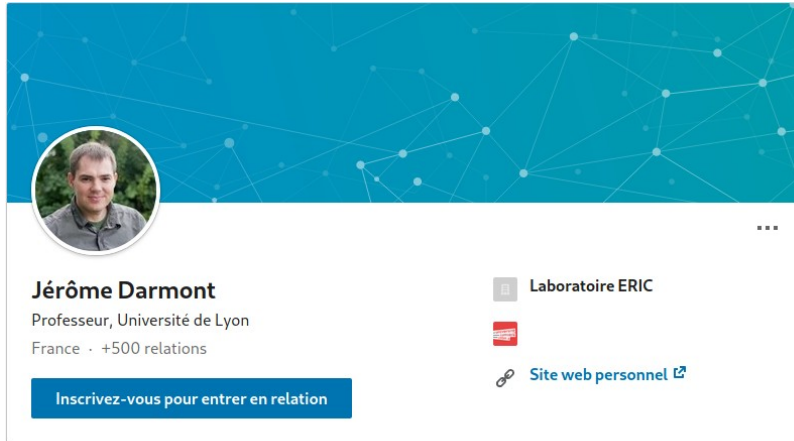
3 axes

1. généraliser l'accès ouvert aux publications
2. structurer et ouvrir les données de la recherche
3. s'inscrire dans une dynamique durable, européenne et internationale



Recherche et plateforme généraliste

LinkedIn.com



LinkedIn profile card for Jérôme Darmont. The card features a circular profile picture of a man with short brown hair and a grey jacket. The background is a teal color with a white network graph pattern. Below the profile picture is the name "Jérôme Darmont" in bold, followed by "Professeur, Université de Lyon" and "France · +500 relations". A blue button with white text says "Inscrivez-vous pour entrer en relation". To the right of the profile information are three items: a grey square icon with a white 'E' and the text "Laboratoire ERIC", a red square icon with a white 'S' and the text "Site web personnel", and a blue link icon with the text "Site web personnel".

À propos

Professeur d'université

- Enseignement : bases de données, Web, programmation...
- Recherche : bases/entrepôts de données, performances, sécurité, cloud

Spécialités: Bases de données, Entrepôts de données, Programmation, Conception de sites Web

Professeur honoraire, Université Nationale d'Économie de Kharkiv Simon Kuznets, Ukraine



Définition d'une plateforme selon Anne Helmond



- Protégée par des mots de passe
- Données propriétaires
- Silos de données
- Absence portabilité, interopérabilité
- Non indexable
- Menace pour le web ouvert



2. Présentation d'Academia et de ResearchGate

→ Buts, principes, fonctionnalités, usages



Les plateformes académiques


- Contenu généré par les internautes (chercheurs ici)
- Centrés sur la publication scientifique



nom	date	pays	Users enregistrés	nombre de documents	disciplines
Academia.edu	2008	Californie	110 millions	23 millions	SHS
Researchgate.net	2008	Allemagne	15 millions	118 millions	STM



Academia.edu


ACADEMIA [LOG IN](#) [SIGN UP](#)




Mariannig Le Béchec
Université Claude Bernard Lyon 1, Information and communication science, Faculty Memb... +1  Internet Studies +10
Address: France
16 Followers 14 Following 1 Co-author 415 Total Views
[+ FOLLOW](#) 

ALL 12 PAPERS 1 CONFERENCE PRESENTATIONS


PAPERS



Le design du public invisible dans le financement participatif
by Camille Alloing et Mariannig Le Béchec
[Lien vers l'article : <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01620048/document>] Cet article inter... [more](#) ▾
3 Views





Les humanités numériques pour repenser les catégories d'analyse. Le cas du « territoire numérique de marques »
Dans le champ des humanités numériques, le chercheur qui analyse des corpus web éprouve des diffi... [more](#) ▾
9 Views



Peut-on cartographier un territoire présent sur le web à partir des graphes?
[Download](#) 48 Views

ACADEMIA

 [SIGN UP WITH FACEBOOK](#)  [SIGN UP WITH GOOGLE](#)

or

By clicking Sign Up, you agree to our [Terms](#). [SIGN UP](#)

Already have an account? [Log In](#)

ACADEMIA


Hi Mariannig,
Someone just searched for you on Google and found your page on Academia.edu.
To see what city the search came from, follow the link below:

[View City](#)

A study published in *PLOS ONE* found that papers uploaded to Academia.edu receive a 69% boost in citations over 5 years. See the study and data [here](#).

ResearchGate.net

Home » Jérôme Darmont



Jérôme Darmont
Université de Lyon, Lyon 2, France · ERIC EA3083
v1 22.41 · Eng, PHD, HDR

Contact

About Network Projects 12 Research 200

About

200 Research items	17,797 Reads	1,103 Citations
-----------------------	-----------------	--------------------


Introduction


Director of the ERIC research center

Skills and Expertise


SQL · PHP · Business Intelligence · Database Administration · Relational Databases
Database Management · Databases · Data Science · Data Security · Security [Show more](#)


Research Experience

 Sep 2009 - Jul 2010

Université Lumière Lyon 2 

ERIC
Position: DPC-CLO
Description: Detection of complex phenomena in oral linguistic corpora

 Sep 2007 - Jul 2008

Université Lumière Lyon 2 


ERIC
Position: TAPEO


Current Institution


Université de Lyon, Lyon 2, France
ERIC EA3083
Current position: Managing Director


Co-authors


Top co-authors

 **Cécile Favre**
Université Lumière Lyon 2

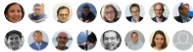
 **Rashed Salem**
Menoufia University

 **Omar Boussaid**
Université Lumière Lyon 2

 **Mohammad Zahidur Rahman**
Jahangirnagar University

 **Pierrat David**
Université Lumière Lyon 2

All co-authors (50) [View All](#)



Advance your research



Read and discuss publications

Find the research you need to help your work and join open discussions with the authors and other experts.



Create exposure for your work

Share your work from any stage of the research cycle to gain visibility and citations.



Get stats on your research

See in-depth stats on who's been reading your work and keep track of your citations.



Connect with your colleagues

Connect and collaborate with researchers from around the world in all scientific disciplines.



Mais pourquoi ?

#DeleteAcademiaEdu



open access

liberté

gratuité

pérennité



Réseaux sociaux numérique et capitalisme de la plateforme

sociétés for profit

digital labour

black box

gamification de soi

free access



Sociétés *for profit*

ACADEMIA

8 HOURS LEFT

50% OFF

Start the new year with 50% off Academia Premium

[Get 50% Off Premium >](#)



Find out who cites you
[View Your Mentions >](#)



See who reads your papers
[View Your Readers >](#)



Discover your Profile Visitors
[View your Profile Visitors >](#)



Search the full-text of papers
[Search 21 million papers >](#)



Launch a Personal Website
[Preview your Personal Website >](#)



Find Grants and Fellowships
[Find Grants >](#)



Data Retention

Academia.edu retains the Personal Information we receive as described in this Privacy Policy for as long as you use the Academia.edu Service or as necessary to fulfill the purpose(s) for which it was collected, provide the Academia.edu Service, resolve disputes, establish legal defenses, conduct audits, pursue **legitimate business purposes**, enforce our agreements, and comply with applicable laws.



Digital labour du chercheur

Google Scholar



Toutes les langues Rechercher les pages en Français

Articles recommandés

[Triadic Social Structure Facilitates Backing for Crowdfunding Projects](#)

Y Nakai, H Takikawa - 2018 IEEE International Conference on Big Data (Big ... 2018

[Le design du public invisible dans le financement participatif](#)

CAM LE BÉCHEC - H2PTM'17: Le numérique à l'ère des designs, de l' ... 2017

[Afficher toutes les recommandations](#)

Sur les épaules d'un géant

[Google Scholar in English](#)



Black box et interopérabilité

1. Comment récupérer ma liste de publications depuis Academia ?
2. Et pourquoi mes publications sur Academia sont mal référencées dans Google Scholar ?



Gamification de soi

Comment augmenter mes scores?



Gamification de soi

The **RG Score** measures scientific reputation based on how your work is received by your peers. We believe that researchers are the best judges of each other's work and that all a person's research, published or not, deserves credit. With this in mind, your RG Score is calculated based on any contribution you share on ResearchGate or add to your profile, such as published articles, unpublished research, projects, questions, and answers.

Our algorithm looks at how your peers receive and evaluate these contributions, and who they are. The higher the RG Scores of those who interact with your research, the more your own score will increase. A low-quality contribution probably won't attract positive feedback and recognition from the community, so it won't contribute to your score in any significant way.

In contrast to more traditional metrics, the **RG Score** focuses on you, an ever-growing community of specialists, and puts reputation firmly back into the hands of researchers. You can view your RG Score from your [Scores tab](#).

Why has my RG Score decreased or not changed?

The RG Score is calculated once a week, so if you've added publications and your score has not yet changed, please be patient. It's also relative, it can go up or down depending on the activity and scores of other ResearchGate members. This means it takes the scores and interactions of every researcher into account to give a relative rating of your contributions.

To improve your RG Score:

- Share anything from negative results to raw data or full-fledged publications
- Create a project, or add an update to your existing project(s)
- Ask a question or give another researcher a helpful answer
- Follow other researchers
- Comment on and recommend your peer's research, projects, and questions
- Please also make sure that any articles published in journals are correctly linked to the journal they were published in.

To update the journal information on a research item:

1. Go to the publication's ResearchGate page by clicking on the title of the publication
2. Click on the arrow to the right of the title and select **Edit** from the drop-down list
3. Start typing the name of the journal into the Journal field, or enter the ISSN
4. Select the correct journal from the suggestions that appear in the drop-down menu
5. Click **Save**.

If your journal isn't visible in the drop-down menu, it's not in our database. We're not currently adding journals to our database by request, but this may change in the future.

Why can't I see my RG Score on my profile?

Your RG Score will only be activated and displayed when it reaches a minimum of 1. If you've just signed up and confirmed authorship of a significant number of publications, please be patient, as the score is only updated once per week.

Can I turn off my RG Score?

The RG Score is a metric that measures scientific reputation based on how all of your research is received by your peers. As an integral feature of ResearchGate, it can't be turned off or hidden.

RG Score ⓘ
3.46



Breakdown:

- 99.68% Publications
- 0% Answers
- 0% Questions
- 0.32% Followers

Percentile:

Your score is higher than 77.5% of ResearchGate members'.



→ à voir

[https://youtu.be/
YrpK90bHO2U](https://youtu.be/YrpK90bHO2U)



Indice K

- L'Indice Kardashian (ou Indice K) est une mesure de l'écart entre la popularité numérique d'un chercheur scientifique et son dossier de publication. Baptisé d'après Kim Kardashian, l'Indice K est lancé en 2014 par le biologiste Neil Hall dans une volonté de dénonciation humoristique de l'hypertrophie médiatique de certains de ses collègues.
- → Promote or Perish ? (Journal of Marketing Management, 2019)



Free access vs open access



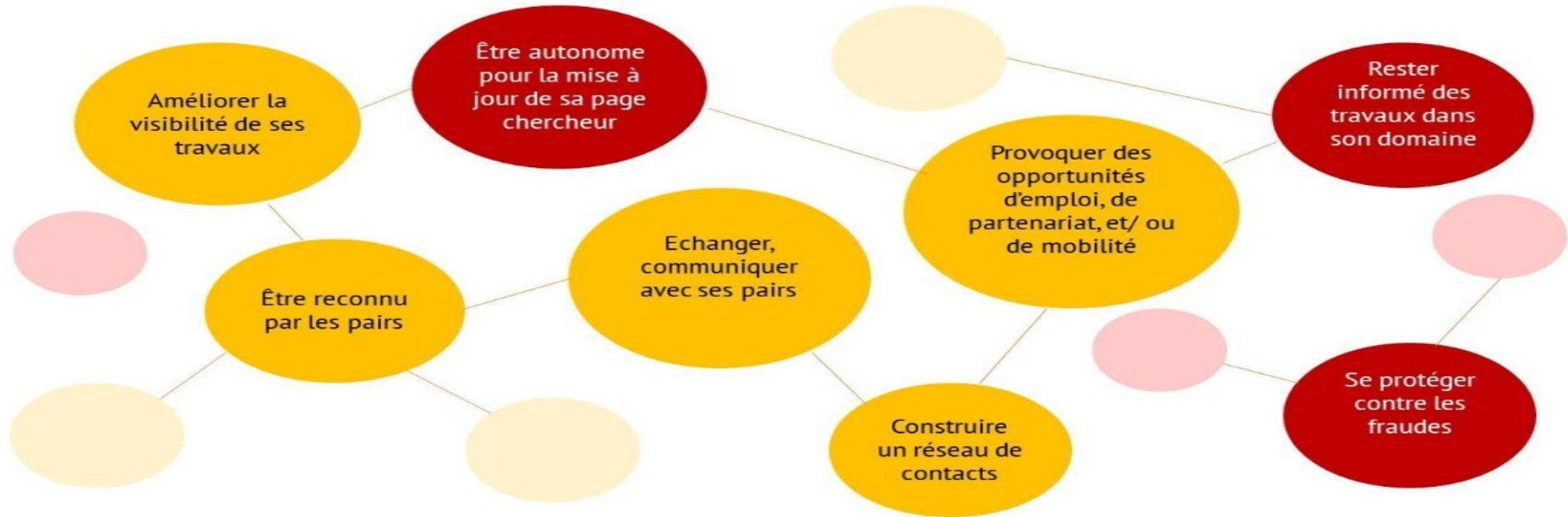
A repository for scientific publications is an **online archive**. Institutional, subject-based and centralised repositories are all acceptable choices. Repositories that claim rights over deposited publications and preclude access are not.

3. Pratiques des réseaux sociaux numériques de la recherche

- Intérêt pour la visibilité du chercheur
- Intérêt pour la visibilité des productions
- Usages



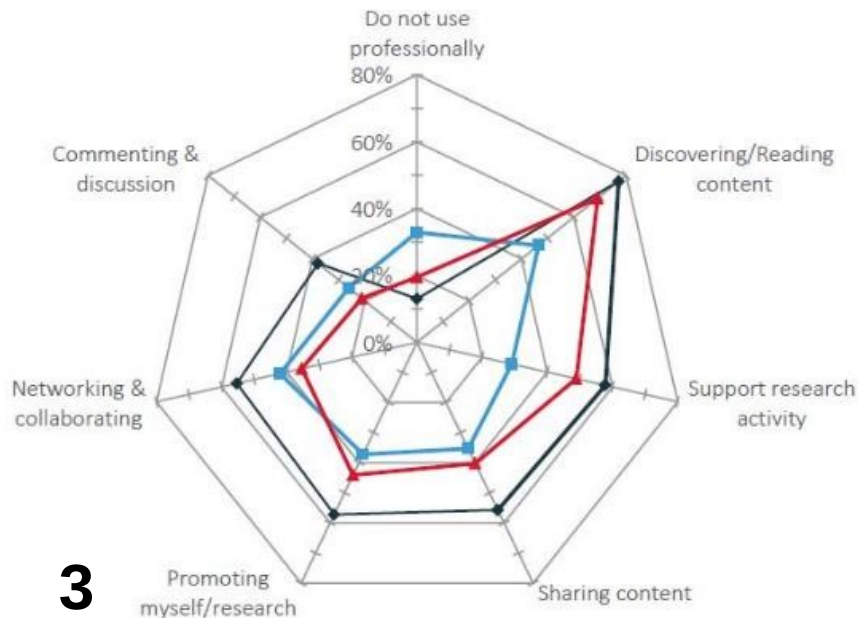
Intérêts des réseaux sociaux numériques académiques



Usages : moi et les autres

"Which, if any, of the following tasks do you do on social media/SCNs in relation to your work?"

— Overall — Social Medi — SCNs



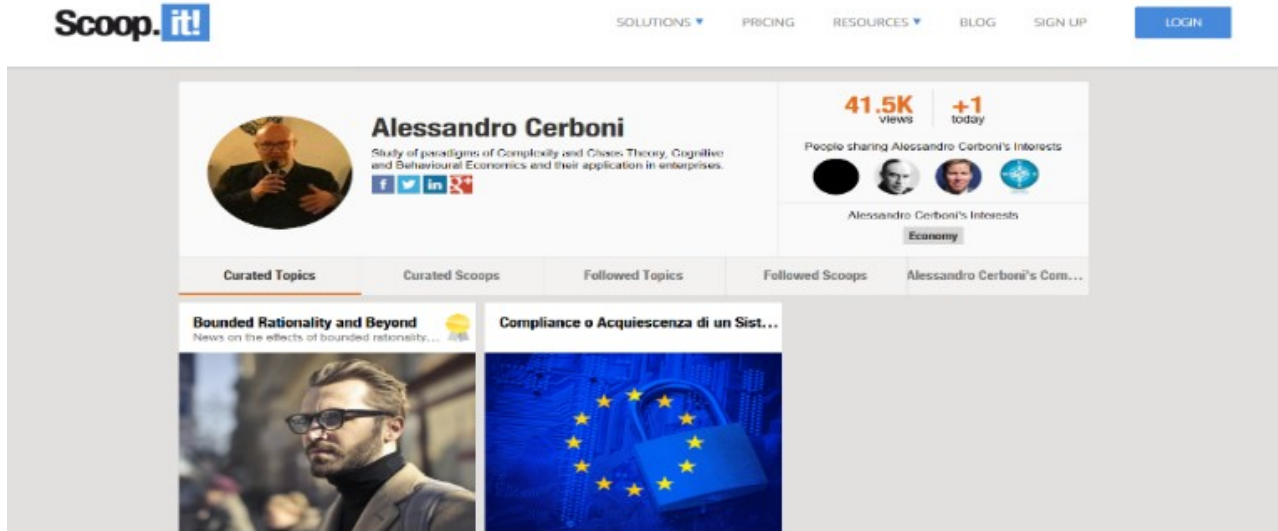
1

2

3



Quels usagers ?



1 **curateur** définit un sujet, collecte des informations, sélectionne et commente sur une page web dédiée les informations validées



Quelle place pour mon institution ?

4. Pour une recherche intègre et responsable avec les réseaux sociaux numériques (RSN)

- Quelques repères pour mieux comprendre les attendus
- RSN / présence numérique → la page institutionnelle
- RSN / *open access* → les archives ouvertes (HAL)
- RSN et droit → contrat d'édition, licences
- RSN et science ouverte → les identifiants (ORCID, IdHAL)



Guide du COMETS



4.5. COMMUNICATION DES RÉSULTATS AU PUBLIC ET AUX MEDIAS

Le chercheur se doit de diffuser ses savoirs et de porter ses activités à la connaissance du public de sorte qu'elles puissent être comprises par les non-spécialistes et qu'ils en perçoivent les justifications et l'intérêt²³. Les personnels de recherche relevant de la fonction publique disposent de la liberté d'expression et d'opinion avec une obligation de réserve, de confidentialité, de neutralité et de transparence des liens d'intérêt.

Les réseaux sociaux et les blogs occupent une place croissante dans l'information du public et des médias. Il est de la responsabilité des chercheurs, dans l'intérêt de la science et le respect de leur institution, d'apprécier l'impact que peuvent avoir les informations qu'ils y déposent et de s'assurer de leur fiabilité et de leur objectivité.



Code de la recherche

Les missions des personnels de la recherche publique

Elles comprennent:

- le développement des connaissances,
- leur transfert et leur application dans les entreprises et dans tous les domaines contribuant au progrès de la société,
- la diffusion de l'information et de la culture scientifique et technique dans toute la population et notamment parmi les jeunes,
- la participation à la formation initiale et à la formation continue,
- l'administration de la recherche,
- l'expertise scientifique.

Code de la recherche (Art. L411-1)



Repères pour l'exercice du métier d'enseignant-chercheur (2019)

DIFFUSION ET TRANSFERT DE CONNAISSANCES, VALORISATION DES RÉSULTATS DE LA RECHERCHE

- Diffusion des résultats de la recherche dans la communauté scientifique (articles, ouvrages, rapports, communications dans le cadre d'une conférence d'experts, etc.).
- Communication scientifique et technique vers la société : grand public, décideurs, acteurs du monde économique et social (articles ou ouvrages de vulgarisation, conférences grand public, animation scientifique...).
- Gestion et valorisation des collections, organisation d'expositions.
- Valorisation des travaux de recherche sur le plan économique (brevets, création d'entreprises...).
- Diffusion des pratiques pédagogiques via différents canaux de communication et d'échange (articles, conférences, réseaux sociaux...).

COMMUNIQUER DE MANIÈRE APPROPRIÉE AU CONTEXTE

- Produire et diffuser un message compréhensible en langue française écrite et orale.
- Mettre en œuvre une communication interpersonnelle adaptée au contexte.
- S'exprimer et rédiger dans au moins une langue étrangère.
- Maîtriser et choisir les outils de communication appropriés pour transmettre son message de manière synchrone (webconférence, chat...) ou asynchrone (messagerie, forums, réseaux sociaux...).
- Concevoir, scénariser, médiatiser des contenus informationnels, scientifiques ou pédagogiques via les supports physiques ou numériques adaptés.



Code de l'éducation

ARTICLE L952-2 DU CODE DE L'ÉDUCATION

Les enseignants-chercheurs, les enseignants et les chercheurs jouissent d'une pleine indépendance et d'une entière liberté d'expression dans l'exercice de leurs fonctions d'enseignement et de leurs activités de recherche, sous les réserves que leur imposent, conformément aux traditions universitaires et aux dispositions du présent code, les principes de tolérance et d'objectivité.



Réseaux sociaux numériques et présence numérique

Jérôme Darmont
Professeur d'informatique

université Lumière Lyon 2 | INSTITUT de La communication | eric

ACCUEIL | ENSEIGNEMENT | RECHERCHE | ADMINISTRATION | CV RÉSUMÉ | CONTACT

THÈMES DE RECHERCHE

PUBLICATIONS

LOGICIELS

ANIMATION/EXPERTISE SCIENTIFIQUE

ENCADREMENT DE LA RECHERCHE

PROJETS ET CONTRATS

COLLABORATIONS

MÉDIATION SCIENTIFIQUE

Databases (M1 MBFA) : Correction #VBA du TD12 en ligne (épreuve d'entraînement) #bdbmbfa

Le sujet de TD n° 12 et la correction du VBA (épreuve d'entraînement) sont disponibles en ligne.

Category: Enseignement

Algorithmique et TD6 corrigé en ligne

Le TD n° 6 corrigé (fichiers) est disponible en ligne.

Category: Enseignement

Databases (M1 MBFA) : Correction #VBA du TD12 en ligne (épreuve d'entraînement) #bdbmbfa

Le sujet de TD n° 12 et la correction du VBA (épreuve d'entraînement) sont disponibles en ligne.

Category: Enseignement

Algorithmique et TD6 corrigé en ligne

Le TD n° 6 corrigé (fichiers) est disponible en ligne.

Category: Enseignement

Databases (M1 MBFA) : Correction #VBA du TD12 en ligne (épreuve d'entraînement) #bdbmbfa

Le sujet de TD n° 12 et la correction du VBA (épreuve d'entraînement) sont disponibles en ligne.

Category: Enseignement

Suivre mes actus

📰 📺 📺 📺

Derniers tweets

RT @assoEPI: VousNousils : la SIF déplore le fort clivage fille/garçon sur le choix de la spécialité NSI. Bien peu de postes au... <https://t.co/q0i7dbX8Qp>

RT @pgroth: Michael stonebraker - data cleaning and integration are the problems @ams_ds #ci-dr2020 <https://t.co/yycSX0vAns>

RT @svt_chevret: Un beau projet pour les grands ! <https://t.co/BvNSQBIDr>

RT @MarieKremer3: J'ai adoré participer au jury du concours #octetvideo2020 de la @SocInfoFr Vidéos intéressantes, drôles, surprenant... <https://t.co/jH8zMnw9j>

<https://t.co/owUQUinVua>

Follow @@darmont_lyon2

Publications récentes

Quel est l'intérêt d'avoir
une page institutionnelle ?



Définir sa présence en ligne

cohérence

centralisation

mise à jour

paramétrages



Réseaux sociaux et *open access*

Quel est l'intérêt de déposer
ses publications sur HAL ?



Réseaux sociaux et **droit**

Est-ce que je peux déposer mes publications
sur Academia ou ResearchGate
librement ?



Réseaux sociaux et éditeurs

Intellectual Property Policy

ResearchGate was developed by scientists to enable collaboration, sharing of content and communication among scientists, researchers, authors, institutions and other professionals. We respect the intellectual property rights of others and ask that you do the same. We have a process for submitting complaints regarding content posted by our members. Our policy and procedures are described below.

Posting content on ResearchGate

As a member, when you post full-text articles or supplementary materials on ResearchGate, you do not transfer or assign copyright to us. Rather, you make the content available to the public through ResearchGate. You retain the right to remove such content from ResearchGate at any time, or to archive your content so it is available only to you and your co-author(s). You may also remove content from appearing on your profile page.

Our platform enables the private archiving and public posting of various types of content. If you choose to privately archive or publicly post content, we encourage you to first confirm your rights before doing so. This applies to posting content to your own profile as well as other places on the platform, such as in a Q&A forum or a project. As we do not have any information about rights you may hold, or any license terms or other restrictions which might apply to such content, we necessarily rely on you to understand your rights and act accordingly. **For this reason, we request that you fully investigate and confirm that you have sufficient rights to post particular content to ResearchGate before you do so.** As a general matter, if you are an author publishing in a journal, you may be allowed to publish certain versions of your article, but not others, and privately share certain content with others. However, many journals restrict publication of final versions and impose limitations on private sharing.

Your starting point for understanding your rights is the agreement(s) you have with your publisher or other rights owner. If you're still unsure about what you're allowed to share on ResearchGate, we recommend that you get in touch directly with your publisher. There are other resources available that you might also find useful in understanding your rights, such as How Can I Share It (<http://www.howcanishareit.com>). We also provide some general information in our [Help Center](#).



Réseaux sociaux et **droit d'auteur**

License granted by Member

We may, in our sole discretion, permit Members to post, upload, publish, submit or transmit Member Content. By making any Member Content available through the Site or Services, **you hereby grant to Academia.edu a worldwide, revocable, non-exclusive, transferable license** to exercise any and all rights under copyright, in any medium, and to authorize others to do the same, in connection with operating and providing the Services and Content to you and to other Members, provided that the Member Content is not sold for a profit. Academia.edu does not claim any ownership rights in any Member Content and nothing in these Terms will be deemed to restrict any rights that you may have to use and exploit any Member Content.

[Terms of Academia](#)



Réseaux sociaux et **science ouverte**

Est-ce Academia ou ResearchGate participant
à la science ouverte ?



Vos identifiants chercheurs



Vos difficultés



Homonymes



Erreurs



Doublons



Confusion



Changement de nom



Les solutions

Maîtriser mon *profil*

Mettre en valeur mes *publications*

Regrouper mes publications *CV*

Accroître ma visibilité



À essayer

1. Taper votre Nom (accent, apostrophe, etc.) + Prénom dans Google ou autre
2. Taper votre NOM + P.



Identifiant



- Définition : suite de caractères, lisible par des humains ou des machines, qui identifie un objet précis (personne, document, lieu, organisation).
- Il se doit d'être pérenne, ouvert et interopérable, documenté, émanant d'un système transparent de gouvernance



Les identifiants chercheurs

- Créés par les chercheurs eux-mêmes
- Centrés sur les productions scientifiques

nom	producteur	date	pays	users enregistrés	usage
ORCID	Organisme à but non lucratif (+ 1 000 membres)	2012	Etats-Unis	8 millions	transplateforme
IdHAL	CCSD	2014	France	25 000	HAL Écosystème Fr



ORCID

Sign into ORCID or [Register now](#)

 **Personal account**

 **Institutional account**

Sign in with your ORCID account

Email or ORCID iD

ORCID password

Sign into ORCID

Forgotten your password? [Reset it here](#)

Sign in with a social media account 

 Sign in with Google



 Sign In With Facebook

Usages ORCID ID



- À indiquer aux éditeurs (soumission d'article)
- Peut vous être demandé pour des dépôts de projet, dépôt jeu de données
- conférence
- Peut se lier à votre compte IdHal, ResearchID (WOS), Scopus, ResearchGate
- Pour les institutions : API

Compléter le profil

Search   English

ORCID
Connecting Research and Researchers

FOR RESEARCHERS FOR ORGANIZATIONS ABOUT HELP SIGN OUT

MY ORCID RECORD INBOX (1) ACCOUNT SETTINGS DEVELOPER TOOLS LEARN MORE

5,922,512 ORCID IDs and counting. See more...

Mariannig
Le Béhec

ORCID ID
<https://orcid.org/0000-0003-3205-2238>
View public version

Display your ID on other sites
Public record print view
Get a QR Code for your ID

Also known as

Country
France

Keywords

Websites
blog
CV HAL
ELICO

Other IDs

Biography

Employment (4)
Education and qualifications (1)
Invited positions and distinctions (0)
Membership and service (0)
Funding (1)
Works (42 of 42)

Who can see this ?

There are three visibility settings: **everyone**, **trusted parties**, or **only me**.

- Everyone:** Information marked as *everyone* can be viewed by anyone who comes to the **orcid.org** website or consumed by anyone using the ORCID public API. This information is also included in the [public data file](#) posted annually by ORCID.



- Trusted parties:** Limited-access information that can be seen by any [trusted parties](#) whom you have granted access to your ORCID record. These connections require explicit action on your part.
- Trusted organizations:** The organization will ask you to grant them specific permission to *read limited-access information* at the same time that you give them permission to get your ORCID ID. Once you have granted permission, the trusted organization will be able to see information that you have set as visible to *trusted parties* in addition to the information set as visible to *everyone*.
- Trusted individuals:** You can [grant any ORCID ID holder account delegate access as a trusted individual](#) to help administer your account on your behalf. Once you have granted them delegate access, the individual will be able to see information that you have set as visible to *trusted parties* access in addition to information set as visible to *everyone*.



- Only me:** Private information can *only* be seen by you and trusted individuals you have granted access to help administer your ORCID record on your behalf. It is also used by ORCID algorithms to help distinguish your identity from another person who may have a similar name, be in a similar field, or may be confused with you for other reasons. This information is not shared with others.



ORCID

jeudi 3 octobre 2019



Le consortium "Communauté française ORCID" est lancé en octobre 2019 avec 24 établissements.

ORCID (Open Researcher and Contributor Identifier) est un organisme à but non lucratif sous le régime 501c enregistré dans l'état du Delaware et basé aux États-Unis d'Amérique. ORCID attribue des identifiants numériques pérennes aux chercheurs et auteurs de contributions académiques et scientifiques. Ces identifiants servent à identifier et distinguer les chercheurs de manière univoque dans les travaux de recherche et sur le web (publications, données, évaluation par les pairs, brevets, etc). Ils sont utilisés dans de nombreux systèmes d'information des établissements de l'enseignement supérieur, la recherche et l'innovation, d'une part, et dans des services à la recherche (documentation, édition, etc.).

Le Ministère de l'Enseignement Supérieur, de la Recherche et de l'Innovation dans le cadre du Comité pour la Science Ouverte a mandaté le consortium Couperin pour piloter une adhésion consortiale à ORCID des institutions françaises, notamment les établissements d'enseignement supérieur et de recherche. Cette adhésion constitue un des engagements français de l'Open Government Partnership (engagement 18 : Construire un écosystème de la « science ouverte »).

But du consortium : La mise en place du consortium permet de fédérer les adhésions au niveau français, notamment afin de bénéficier de tarifs préférentiels pour chaque établissement et de renforcer la représentation française. L'adhésion consortiale n'introduit pas de différence en ce qui concerne les services offerts aux établissements : chaque établissement membre aura directement accès aux services et APIs d'ORCID. La liste des services est disponible à l'adresse : <https://orcid.org/about/membership>

Avantages du consortium : L'adhésion consortiale permettra la construction d'un espace d'échange facilitant l'implémentation de l'identifiant dans les établissements et son adoption par les chercheurs. Elle devrait permettre de construire collectivement des services basés sur l'identifiant ORCID répondant à des cas d'usages réels pour être capables de décider des modalités les plus pertinentes de l'adoption d'ORCID à l'échelle nationale d'ici un à deux ans. Un rapport annuel du consortium sera produit permettant de mesurer la progression de l'adoption des identifiants d'ORCID par les chercheurs.

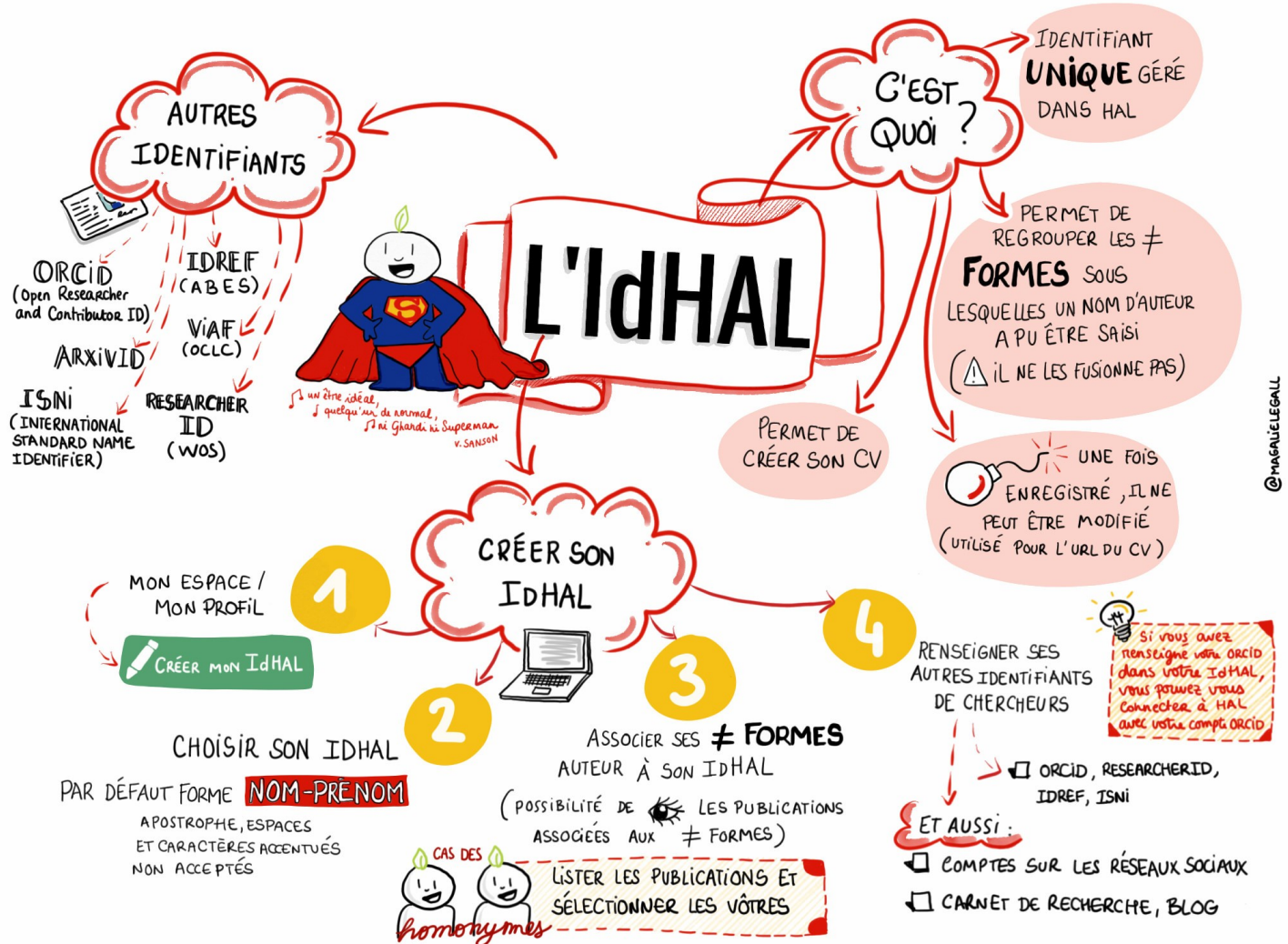
Organisation du consortium : Le consortium est composé d'une assemblée générale et piloté par un comité exécutif, composé de l'administrateur, du coordinateur et du représentant des communautés scientifiques et de six représentants des membres. Cette organisation doit faciliter l'adoption d'ORCID au niveau français et coordonner la remontée des besoins exprimés par ses membres auprès d'ORCID.

Pour plus d'information :

[Accord de consortium "Communauté française ORCID"](#) (convention à signer pour rejoindre le consortium).

[Annexe 2](#) (accord de consortium entre Couperin, l'Abes et ORCID).

[Annexe 3](#) (document à remplir pour les nouveaux membres désirant rejoindre le consortium après le 1er novembre 2019).



Associer d'autres identifiants ou comptes

Identifiants

* Champs requis

IdHAL *

Identifiant ORCID

Autres identifiants chercheur Alignez votre IdHAL avec vos autres identifiants chercheurs

IdRef ▾ +

IdRef ▾ +

arXiv ▾ +

VIAF ▾ +

ISNI ▾ +

ResearcherId ▾ +

Urls de réseaux sociaux Ajoutez vos liens vers les réseaux sociaux

IdRef ▾ +

IdRef ▾ +

LinkedIn ▾

Academia ▾ +

Formes auteurs associées à votre IdHAL

Défaut	Authorid	Nom prénom	E-mail	Établissement employeur	Actions
<input checked="" type="radio"/>	1187759	Le Béhec Mariannig			
<input type="radio"/>	1317621	Le Behec Mariannig			

Ajouter des formes auteurs Rechercher les formes auteurs





L'IDHAL
DOIT ÊTRE
CRÉÉ PRÉALABLEMENT



Un titre et du texte libre

- CES CHAMPS PEUVENT ÊTRE COMPLÉTÉS EN FRANÇAIS ET /OU EN ANGLAIS
- LE CV S'AFFICHERA DANS LA LANGUE CHOISIE PAR L'UTILISATEUR POUR CONSULTER HAL

3 Les métadonnées extraites des publis et les widgets



PHOTO



- ▶ CO-AUTEURS
- ▶ MOTS - CLEFS
- ▶ ANNÉE DE PRODUCTION
- ▶ REVUES
- ▶ DISCIPLINES



AUTRES ID. DE CHERCHEUR
RÉSEAUX SOCIAUX



MÉTRIQUES (RÉSERVÉES
À L'UTILISATEUR)



EXPORT DES PUBLICATIONS



AFFICHER LE FIL DE SON
COMPTE TWITTER



CV sur HAL

MON ESPACE / MON PROFIL



La liste des publications déposées

- PAR DÉFAUT TOUTS LES TYPES DE DOCUMENTS SONT AFFICHÉS DANS LE CV
- VOUS POUVEZ DÉCOCHER CEUX QUE VOUS NE VOULEZ PAS VOIR APPARAÎTRE
- VOUS POUVEZ UTILISER LE PICTO POUR RÉORGANISER L'AFFICHAGE DES ≠ TYPES DE PUBLICATIONS



Widgets CV HAL

Types de documents affichés

Cochez les types de documents qui seront affichés dans le CV.

- Article dans une revue
- Communication dans un congrès
- Ouvrage (y compris édition critique et traduction)
- Chapitre d'ouvrage
- Pré-publication, Document de travail
- Rapport
- Thèse
- Poster
- Direction d'ouvrage, Proceedings, Dossier
- Brevet
- Autre publication
- HDR
- Cours
- Image
- Vidéo
- Son
- Carte
- Logiciel

Widgets affichés

Cochez les widgets que vous souhaitez voir apparaître dans le CV. Les widgets seront affichés dans une colonne à gauche de l'écran.

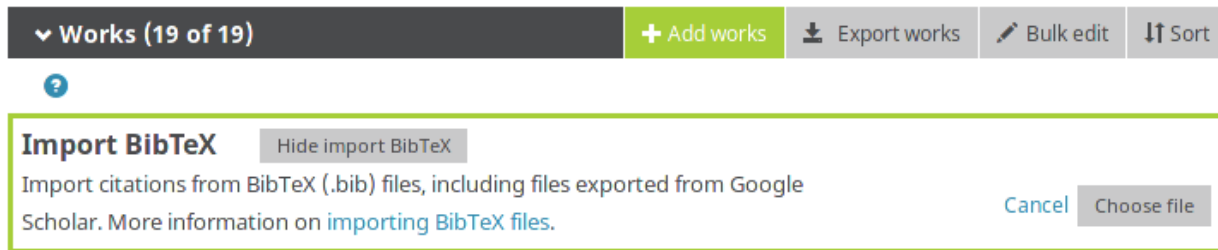
- Photo
- Affiliations
- Réseaux sociaux
- Co-auteurs
- Nom des revues
- Identifiants chercheur
- Export Publications
- Disciplines
- Mots-clés
- Année de production
- Projets ANR
- Projets Européen
- Mots-clés MeSH
- Widget extérieur
- Métriques

Si vous les déplacez,
ils se déplacent
sur la page d'affichage
de votre CV



Interopérabilité Bibtex

- Si CV Hal complété → widget Export publications → sélectionner BibTeX (même possibilité depuis Google Scholar)
- Dans votre profil ORCID → Import BibTeX (ce n'est pas très concluant mais ça aide)



▼ Works (19 of 19) + Add works Export works Bulk edit Sort

?

Import BibTeX Hide import BibTeX

Import citations from BibTeX (.bib) files, including files exported from Google Scholar. More information on [importing BibTeX files](#).

Cancel Choose file



5. Au-delà des réseaux sociaux numériques pour la recherche

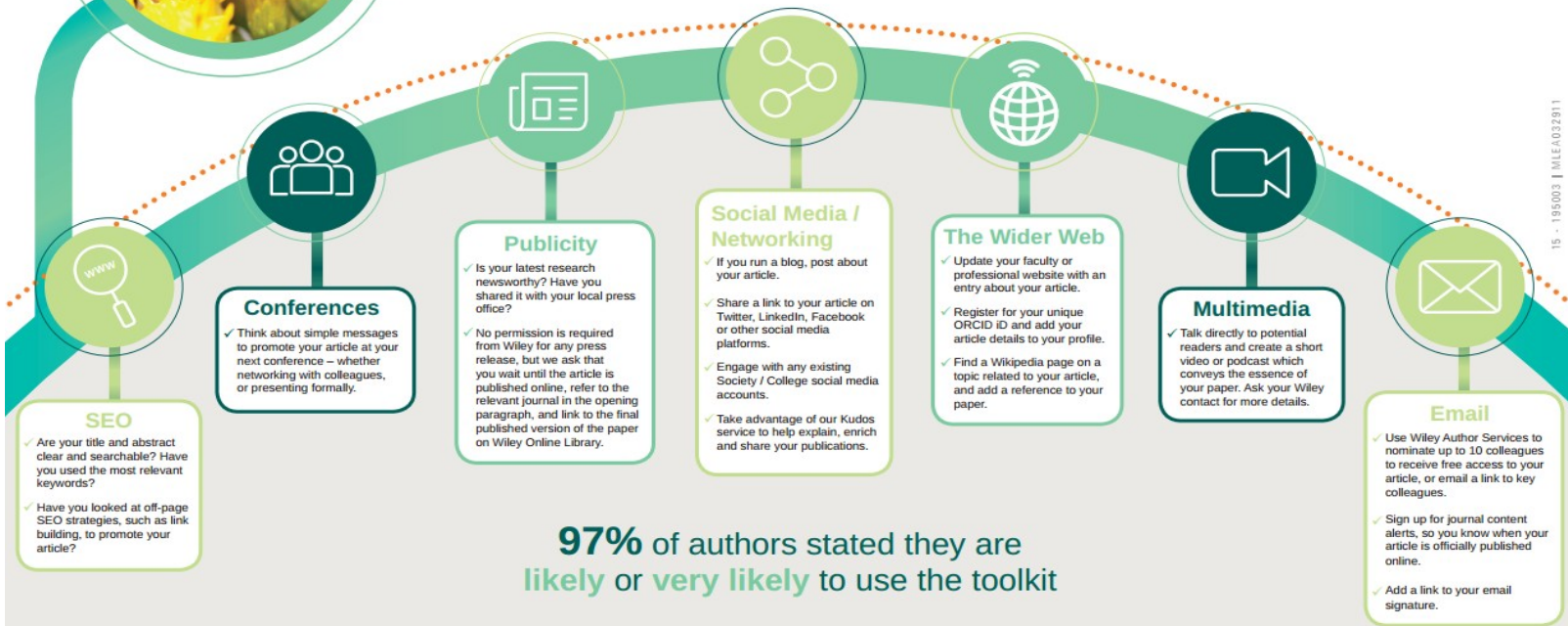
- Outils et stratégies de présence en ligne du chercheur
SHS: Twitter, blog
- Scénarios d'usages
- Exemples de préconisations institutionnelles





Maximize the impact of your published research!

7 promotional tools to help ensure your work gets **seen, read and cited.**



97% of authors stated they are **likely or very likely** to use the toolkit

For more information, including the latest tips, visit wileyauthors.com/maximize or email authormarketing@wiley.com

WILEY

Injonction à la **communication**

Publish or Perish

+

Be visible or Vanish

+

Promote or Perish



Recherche et **Twitter**



Jérôme Darmont
@darmont_lyon2

Professeur d'informatique #Databases #DataWarehouses #DataLakes
#BusinessIntelligence #DigitalHumanities

📍 Université Lumière Lyon 2 🌐 eric.univ-lyon2.fr/~jdarmont/
📅 A rejoint Twitter en mars 2011

219 abonnements 489 abonnés

👤 Suivi par DLIS, Julien JACQUES et 18 autres personnes que vous suivez

[Tweets](#) [Tweets et réponses](#) [Médias](#) [J'aime](#)

⋮ [Suivre](#)



LeBechec Mariannig
@MariLeBechec

Enseignante-chercheure, @urfistlyon co-manager, observe les pratiques numériques, #circulation des contenus, territoire numérique, #crowdfunding #emojiBZH 🇫🇷

📍 Université Lyon 1 🌐 ternumeric.hypotheses.org
📅 A rejoint Twitter en avril 2015

534 abonnements 430 abonnés

[Éditer le profil](#)

Le cas des blogs

<https://urfistinfo.hypotheses.org/>



The screenshot shows the homepage of UrfistInfo. At the top, there is a navigation menu with links: ACCUEIL, CONTRIBUTEURS, LES INVITÉS DES URFIST, À PROPOS, LES URFIST SUR LE WEB, and JNE. Below the menu is a large banner with the UrfistInfo logo on the left and the text 'UrfistInfo' on the right. The logo consists of five orange dots of varying sizes above the text 'Réseau des Urfist'. The banner background features abstract orange and white wavy lines.

Créer un style pour Zotero correspondant à une norme bibliographique juridique : retour d'expérience bordelais. Billet invité

[Laisser un commentaire](#)

Ce billet a été rédigé par **Frédérique Flamerie de Lachapelle**, conservatrice des bibliothèques à la direction de la documentation de l'Université de Bordeaux et membre de la rédaction du [blog Zotero francophone](#).

Sur le projet, voir aussi : [Gravier, Pierre. 2019. 'Un style \(Zotero\) pour la recherche en droit : Retours sur une co-construction efficace'. Arabesques, no. 95: 16-17.](#)



Ce billet détaille les choix de méthode et d'outils effectués pour produire le fichier CSL [Université de Bordeaux – Ecole doctorale de droit \(French\)](#) dans le cadre du projet [Citer des références juridiques de l'Urfist de Bordeaux](#), en partenariat avec la direction de la documentation de l'université de Bordeaux.

POUR S'INSCRIRE AUX STAGES DES URFIST

[SYGGEFOR](#)

SITES DES URFIST

- [Urfist de Bordeaux](#)
- [Urfist de Lyon](#)
- [Urfist de Nice](#)
- [Urfist de Paris](#)
- [Urfist de Rennes](#)
- [Urfist de Strasbourg](#)
- [Urfist de Toulouse](#)

DERNIERS BILLETS

[Créer un style pour Zotero correspondant à une norme bibliographique juri-](#)

Rentrer dans des scénarios d'usages

The image shows the Twitter profile of the Centre National de la Recherche Scientifique (CNRS). The profile picture is a circular logo with the letters 'cnrs' in white on a dark blue background. The header features a large image of a diver underwater holding a white object. Below the header, the profile statistics are displayed: 27,5 k Tweets, 1 888 Abonnements, 145 k Abonnés, 28,8 k J'aime, 19 Listes, and 7 Moments. The bio reads: 'Le #CNRS, c'est 32 000 personnes, 1100 laboratoires, 22 Prix Nobel et la 2e institution de publications mondiale en nombre de publications scientifiques #80ansCNRS'. The location is 'France', the website is 'cnrs.fr', and it was founded in 'mai 2010'. A tweet from the account is visible, asking users to share their favorite photo from the #topnine2019 contest. A login modal is open over the tweet, with fields for phone/email, password, and a 'Se connecter' button. Below the tweet, there are suggestions for other accounts like 'Inserm' and 'CNES'.

The image shows the Instagram profile of the Centre National de la Recherche Scientifique (CNRS). The profile picture is the same circular 'cnrs' logo. The header includes a search bar with the text 'Rechercher', a 'Se connecter' button, and an 'S'inscrire' button. The profile statistics are: 914 publications, 40,5k abonnés, and 321 abonnements. The bio states: 'Centre National de la Recherche Scientifique (#CNRS). Retrouvez ici les coulisses de la recherche et des #sciences, suivez nos événements www.cnrs.fr'. Below the bio, there are several hashtagged posts: #LPII, #Arles, #ForumCN..., Anecdotes, #BdS, #Brest, and #TBT. The main content area shows a grid of images, including a person in a blue glove holding a magnifying glass over a grid, a stack of green cylindrical objects, and a hand holding a yellowish bone-like structure. At the bottom, there is a banner for 'Connectez-vous à Instagram' with a 'Se connecter' button and an 'S'inscrire' button.





Être identifié



Valoriser ses productions



Communiquer



Position institutionnelle

La Délégation à l'IST souhaite attirer l'attention sur les risques d'utilisation des réseaux sociaux académiques et suggère les bonnes pratiques suivantes de valorisation des publications, conformes à la [Charte pour le libre accès aux publications et aux données de l'Inra](#) et bénéfiques aux chercheurs comme à l'Institut :

- ✓ Déposer ses travaux dans Prodinra (prodinra.inra.fr)
- ✓ Utiliser les réseaux sociaux pour signaler ses travaux mais sans dépôt direct
- ✓ Élaborer une stratégie de communication pour diffuser des informations et promouvoir sa propre production *via* les médias sociaux



Social Media Guidelines

All Northwestern University Feinberg School of Medicine faculty, staff and students should follow these guidelines on how to participate in social media in positive, meaningful ways that reflect well on our faculty and the medical school. MD students should also review the policies listed on the [MD student Social Media Policy and Guidelines page](#).

- Be responsible and informed: Any published content or accounts are subject to the **policies** of the University.
- Be transparent: Avoid screen names or anonymity. Identifying yourself can provide authenticity and value to your online contributions.
- Be respectful: Carry the professional norms of any Feinberg office or function onto the social media platforms. Encourage feedback and two-way communication.
- Be generous: Share links and allow others to contribute content. It will, in turn, increase the likelihood that others will link to you, increasing the number of eyes on your content and helping you strengthen group membership.
- Respect others' privacy: Do not reveal other people's private information. Avoid tagging photos with individuals' names without approval.
- Add value: Contribute your observations, experiences and opinions related to topics you are passionate about and understand well. Cite your sources, and separate opinions from facts.
- Aim for quality: Think about what you want to say before you post your comments. Make your content rich and interesting for others to read and share.
- Be mindful of context: Don't risk people taking incomplete thoughts out of context. If you can't express your full thought in a tweet, use the tweet to drive traffic to a blog post where you can elaborate with as much detail as needed.
- Use disclaimers: Make it clear that the views you are expressing are yours alone and not necessarily those of Feinberg. What you write is ultimately your responsibility. If you choose to identify yourself as a Feinberg employee or discuss topics related to the medical school through any social media channels, make it clear that you do not speak on behalf of our organization.
- Follow copyright laws: Show proper respect for the laws governing copyright and fair use of copyrighted material owned by others. For additional information, refer to Northwestern University Library's **Copyright Basics** and the U.S. copyright office.
- Let the experts respond: If you come across complaints about the school or instances that might be considered a crisis situation (e.g., a crime or accident related to a student or campus) via a social media platform, please bring it to the attention of **Nicole Mladic**, executive director of the Office of Communications. She will assess the situation and, when necessary, arrange for the subject matter expert respond to the post. Please do not respond on the school's behalf.
- Publish smart: Post to the height of your intelligence and with full knowledge that Google never forgets.
- Ask for advice: Unsure if a post is appropriate? Ask the Office of Communications for assistance. Feinberg does not endorse or take responsibility for content posted by third parties, and the Office of Communications does not review content prior to posting unless asked to provide feedback. The office does, however, reserve the right to remove or edit content that diminishes the reputation of or communicates inaccurate information about the medical school.
- Feed it: Once you establish a social media presence, especially if you are doing so as a representative of Feinberg (e.g., on a department's Facebook page), you need to invest time in publishing useful content and responding to user comments.

Conclusion

	Production	Circulation
Quand ?	dans le workflow de la production	c'est produit, j'en fais quoi en peu de signes
Points d'attention ?	droit de la publication <i>open access</i> et science ouverte	expression personnelle temps nécessaire

Éthique et droits du chercheur



Ressources

- L'Indice Kard

- Comité d'éthique du CNRS. Pratiquer une recherche intègre et responsable. Guide. 33 p. 3/2017. [en ligne]. Disponible sur : <http://www.cnrs.fr/comets/IMG/pdf/guide2017-fr-2.pdf>.
- MESRI. Plan national pour la science ouverte. 12 p. 4/7/2018. [en ligne]. Disponible sur : <http://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid132529/le-plan-national-pour-la-science-ou-verte-les-resultats-de-la-recherche-scientifique-ouverts-a-tous-sans-entrave-sans-delai-sans-paiement.html>
- page de ressources URFIST de Paris : Academia, ResearchGate... : atouts et enjeux des réseaux sociaux académiques, <http://urfist.chartes.psl.eu/ressources/academia-researchgate-atouts-et-enjeux-des-reseaux-sociaux-academiques>
- Steven D'Alessandro et al. "Promote or Perish? A brief note on academic social networking sites and academic reputation". Journal of marketing management. 2019. DOI: 10.1080/0267257X.2019.1697104.

