

# Comprendre les réseaux sociaux et l'identité numérique

## Le réseau social

Un réseau social désigne des interactions sociales entre les usagers et l'appropriation de la production de contenus par les internautes.

Aujourd'hui, on parle de plus en plus d'*open science* pour désigner l'ensemble des pratiques, fondées sur le recours à internet et aux réseaux sociaux qui touchent l'ensemble de la démarche savante, de la formulation des hypothèses à la communication des résultats.

En tant que chercheur, les réseaux sociaux présentent trois principaux intérêts :

- **se faire connaître** (promouvoir ses recherches, augmenter son lectorat, etc.),
- **communiquer** avec des pairs ou des experts dans son domaine,
- **partager** des informations ou des documents.

Ils permettent également d'autres activités telles que la rédaction (écriture collaborative), la validation, la bibliométrie (analyse statistique des publications scientifiques, fondées sur des indicateurs, permettant d'évaluer l'activité d'un chercheur ou d'une structure de recherche).

## Les réseaux sociaux généralistes

### Facebook

C'est le réseau social le plus connu et le plus populaire (plus d'un milliard de profils). Du fait de sa notoriété et de sa souplesse d'utilisation, Facebook peut être utilisé par les chercheurs à des fins de recherche :

- Faire de la veille en aimant des pages thématiques (revues, institutions, etc.)
- S'abonner à des personnes sans être ami.
- Gérer ses amis avec des listes pour décider avec qui on partage ses contenus.
- Utiliser ou créer des groupes ouverts (sur un sujet) ou privés (son laboratoire par exemple) pour échanger des documents.

Dangers et difficultés :

- Interaction entre la sphère publique et la sphère privée (si on n'y prend pas garde).
- Nécessité de régler les paramètres de confidentialité : réglages fins, qui prennent du temps et changent souvent, d'où l'importance de contrôler régulièrement ces paramètres.
- Veille partielle : les algorithmes de Facebook n'affichent sur la page qu'une partie de l'actualité de son réseau.

## Twitter

C'est un site de micro-blogging permettant d'échanger des messages limités à 140 caractères. Le réseau social est également très implanté dans la communauté universitaire. Les intérêts de Twitter pour les chercheurs :

- S'obliger à la concision sur des sujets complexes (limite des 140 caractères)
- Suivre l'actualité et faire de la veille
- Suivre une conférence à l'aide d'un hashtag dédié
- Tester des hypothèses de travail, en soumettant des liens vers ses travaux à d'autres chercheurs
- Promouvoir ses articles une fois publiés (après dépôt dans une archive ouverte, par exemple) et inciter ses contacts à les commenter (post-reviewing)

## Les réseaux sociaux professionnels

### Viadeo et LinkedIn

Ce sont des réseaux sociaux orientés vers la recherche d'emploi et d'opportunités de carrière.

Fonctionnalités :

- Mettre en ligne son CV
- Chercher des CV de collègues, de candidats, de chercheurs de la même institution, du même domaine, etc.
- Entrer en contact et envoyer des messages privés
- Mettre des recommandations sur les compétences de ses contacts et être soi-même recommandé.

Les CV en ligne sont très bien référencés sur Google et constituent un moyen rapide et efficace de mettre en œuvre une identité numérique contrôlée sur le Web.

## L'identité numérique

L'utilisation des réseaux sociaux implique une identité numérique qui correspond à votre identité sur le web. Votre identité numérique est constituée de :

- l'ensemble des activités en tant que chercheur (publication, CV en ligne, logiciel de gestion de références bibliographiques, etc.),
- et l'ensemble des activités personnelles sur le web.

L'identité numérique, c'est à la fois les traces que le chercheur laisse sur le Web en tant que chercheur mais aussi en tant qu'individu. Au cours de votre navigation sur le web, vous laissez volontairement ou involontairement des traces de vos informations personnelles qui façonnent à votre identité numérique (on parle aussi de réputation numérique ou d'e-reputation).

## Faire le bilan de son identité numérique

1. **Saisissez votre prénom et votre nom** sous la forme “prénom nom” entre guillemets dans le moteur de recherche Google.
2. **Qualifiez le type de données** : blog personnel, CV en ligne, page institutionnelle, profil Facebook (professionnel ou personnel), compte Twitter, publications, compte sur ResearchGate ou sur Google Scholar et déterminez qui est le producteur de la ressource (vous-même, institution, autre).
3. **Évaluez l'ordre dans lequel les informations apparaissent** (dans Google, les résultats sont classés par pertinence et les utilisateurs vont rarement au-delà des premiers résultats, pratiquement jamais au-delà de la première page).
4. **Évaluez le degré de maîtrise de l'outil** : est-il possible de modifier ou non les informations ? **Repérez ce qui est superflu** et peut ou doit être supprimé (Skyblog, Copains d'avant...).
5. **Enfin, repérez ce qui manque.**