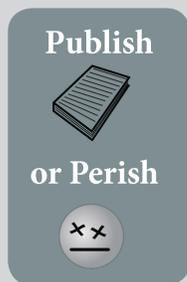


« [...] l'identité numérique peut être définie comme la collection des traces (écrits, contenus audios ou vidéos, messages sur des forums, identifiants de connexion, etc.) que nous laissons derrière nous, consciemment ou inconsciemment, au fil de nos navigations sur le réseau et le reflet de cet ensemble de traces, tel qu'il apparaît « remixé » par les moteurs de recherche. » Olivier Ertzscheid



Augmentation constante du nombre de chercheurs

2013 : 7,8M chercheurs (2007-2013 : +21%) rapport Unesco 2014

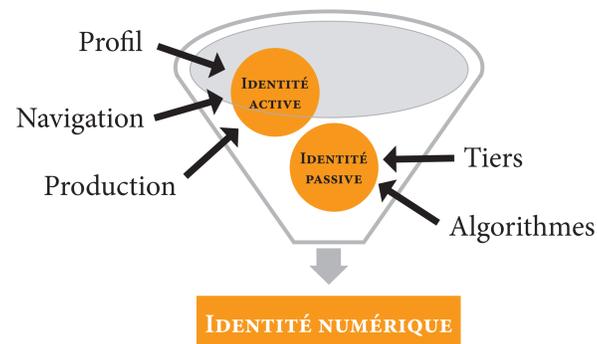
Inflation de la production scientifique

2014 : 1,3M articles (2008-2014 : + 23%) rapport Unesco 2014



Une concurrence accrue

- Entre universités (classements internationaux, HCERES)
- Entre structures de recherche (recrutement, financements,...)
- Entre chercheurs (plagiat,...)
- Difficile insertion des jeunes chercheurs



Pas de contrôle absolu possible mais un objectif : maîtriser au mieux ses traces

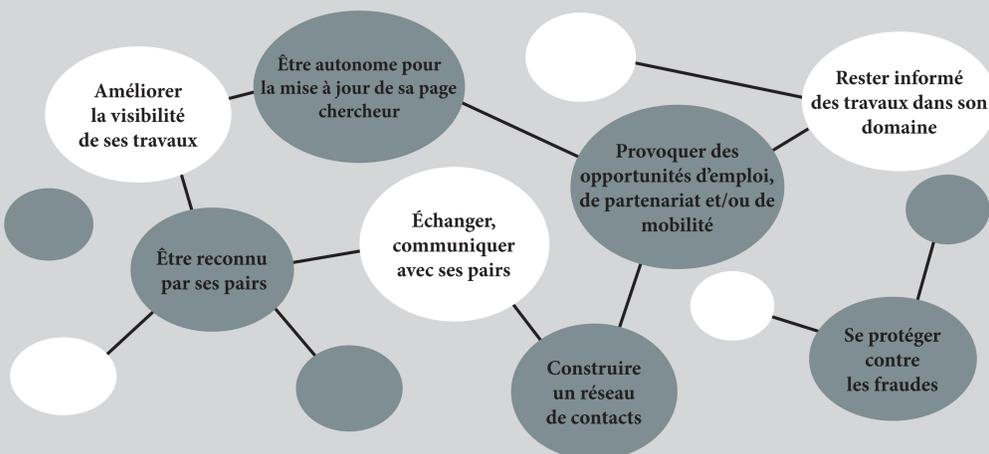
E-reputation

Image perçue par les autres à partir de traces observables, la réputation numérique est liée au développement du web social (réseaux sociaux, forums, blogs,...). Comme dans de nombreux autres secteurs d'activité, le recours généralisé au Googling de la part des recruteurs, des évaluateurs ou des financeurs oblige les acteurs de la recherche à développer une communication claire autour de leur personne, afin de se démarquer. Il s'agit de promouvoir soi-même son image et ses compétences en palliant les limites des outils institutionnels.

L'identité numérique du chercheur



LES ENJEUX



LA STRATÉGIE

- Vérifier sa présence en ligne**
 - Des informations incomplètes ?
 - Des informations obsolètes, dévalorisantes ?
 - Des lieux de diffusion adaptés ?
- Se fixer des objectifs**
 - Quel(s) type(s) d'information à ajouter ?
 - Quelles activités à valoriser ?
 - Pour quel(s) public(s) ?
- Évaluer les ressources disponibles**
 - Connaitre les outils
 - Temps à consacrer à leur gestion ?
- Choisir les outils**
 - Se créer un réseau d'identifiants
 - Déposer ses publications dans une archive ouverte
 - Uniformiser les infos saisies
 - Connecter ces outils entre eux
- Surveiller les effets de sa stratégie**
 - Contrôler régulièrement son e-réputation et ses citations
 - Réajuster ses choix si nécessaire

LES OUTILS

Une gamme d'outils très large : Identifiants, page institutionnelle, archives ouvertes, blogs, wikis, réseaux sociaux, outils d'impact,...

Fonctionnalités diverses (gestion de profil, dépôt de productions, production de contenus, mise en relation, mesure d'impact,...)

Privilégier des outils ouverts : l'accès libre à des productions renforce leur visibilité



LES IDENTIFIANTS AUTEUR

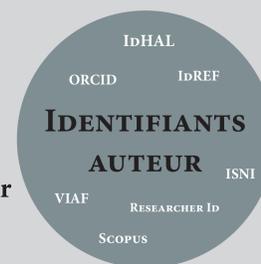
Codes alpha-numériques uniques et permanents

Faciliter la recherche d'informations

- Lecteurs
- Institutions
- Agences de financements
- Éditeurs

Regrouper, relier et publiciser l'ensemble de ses activités

- Publications
- Jeux de données
- Brevets



Simplifier la gestion des profils

- Interopérabilité entre certains outils
- Possibilité d'import et d'export automatique de données
- Éviter les multiples saisies

Identifier de façon univoque

- Gestion des homonymies et des changements de nom
- Harmonisation de l'ordre des entités
 - Translittération
 - Affiliation correcte

LES BONNES PRATIQUES

- Centraliser sa présence : relier ses identifiants, intégrer leurs URLs à sa signature mail
- Présenter des informations cohérentes, uniformes et mises à jour régulièrement
- Respecter le droit d'auteur et les obligations contractuelles
- Déposer la version autorisée sur une archive ouverte
- Ne rien déposer sur les réseaux sociaux mais indiquer un lien vers ses dépôts en archive ouverte
- Veiller au paramétrage des outils utilisés (protection des données, réglage des notifications)
- Distinguer ses comptes professionnels et personnels
- Ne pas se connecter via des services tiers comme Facebook ou LinkedIn



<https://www.open-access.fr/>

