

COMMUNIQUER

Les clés d'une bonne communication vers les chercheurs











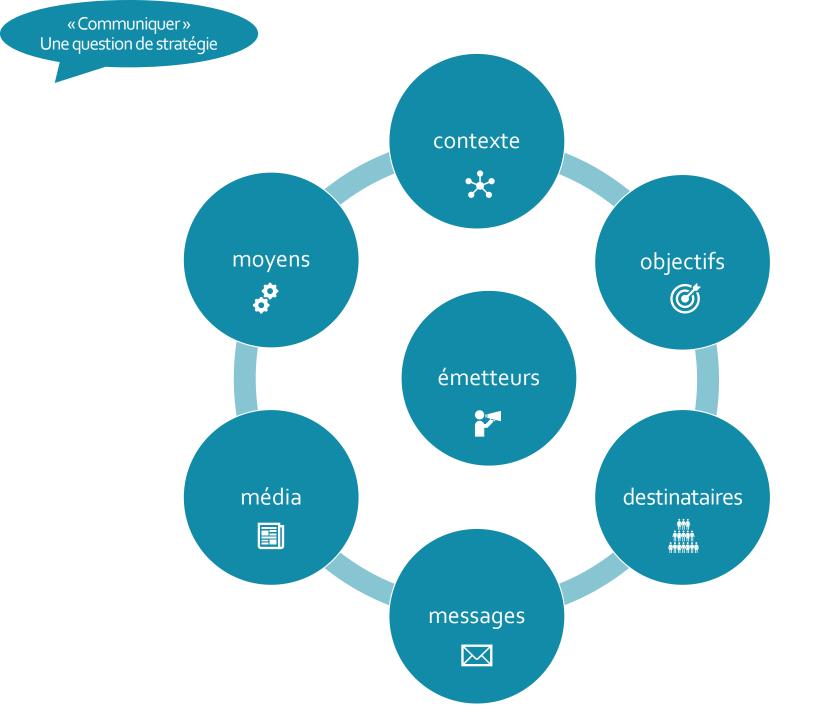




Learning Outcomes



- Understand how researchers can get the most benefit from using ORCID
- Identify tactics that can be used to encourage researchers to register for and use their ORCID iD
- Conceptualize a plan for local promotion of ORCID, with knowledge of where to go to find more information



Learning Outcomes



- Understand how researchers can get the most benefit from using ORCID — un public et un contexte
- Identify tactics that can be used to encourage researchers to register for and use their ORCID iD un levier
- Conceptualize a plan for local promotion of ORCID, with knowledge of where to go to find more information

 des actions
 de communication

et un but

«Communiquer» Une question de stratégie

communiquer implique de faire des choix

- ne pas tout dire
- connaître les limites

Communiquer dans un cadre institutionnel

- s'insérer dans un existant
- respecter des prérequis, des implicites, des contraintes

- transmettre le bon message
- au bon moment
- sur les bons canaux
- aux bonnes personnes

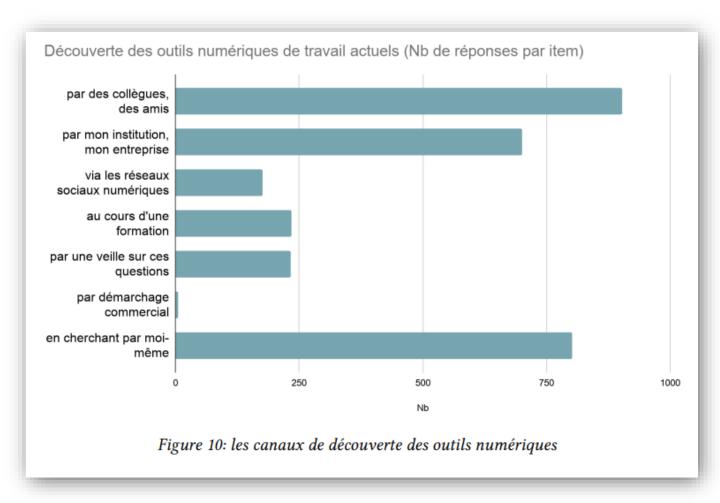
- transmettre le bon message
 - qu'est-ce qui les accroche?
- au bon moment
 - calendrier, horaires?
- sur les bons canaux
 - outils d'information / communication utilisés?
- aux bonnes personnes
 - communication directe ou indirecte?

communiquer implique de très bien connaître les (pratiques des) destinataires

WHERE DO YOU SEEK ASSISTANCE WITH IDS? (DISCIPLINE)

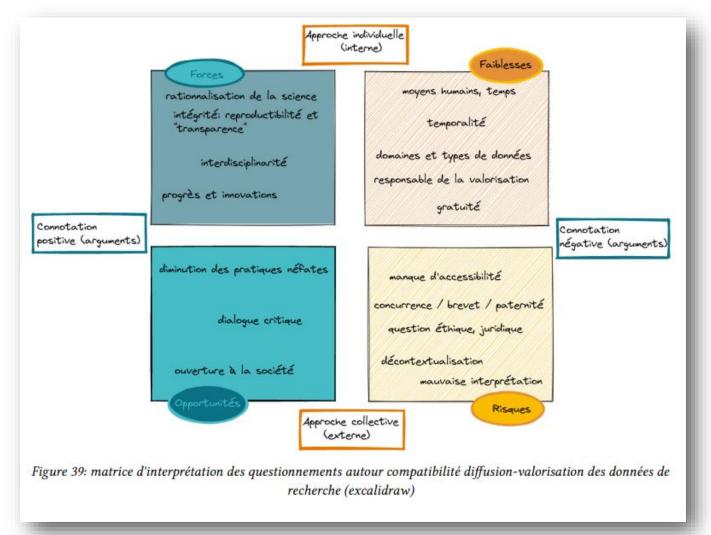
RANK	OVERALL (n= 1,513)	ARTS & HUMANITIES (n= 77)	BUSINESS/ MANAGEMENT (n= 28)	CHEMISTRY & MATERIALS SCIENCE (n= 101)	EDUCATION (n= 82)	ENGINEERING/ TECHNOLOGY (n= 206)
1	Website	Website	Website	Website	Website	Website
	(47.3%)	(42.9%)	(50.0%)	(41.6%)	(48.8%)	(43.2%)
2	Contact Us	Contact Us	Contact Us	Contact Us	Researcher	Web search
	(30.5%)	(27.3%)	(25.0%)	(31.7%)	(29.3)	(37.4%)
3	Web search (28.6%)	Email (22.1%)	Web search (25.0%)	Web search (30.7%)	Email (29.3%)	Contact Us (35.9%)
4	Email	Librarian	Researcher	Researcher	Contact Us	Researcher
	(26.2%)	(22.1%)	(17.9%)	(28.7%)	(28.0%)	(35.0%)
5	Researcher	Researcher	Email	Email	Web search	Email
	(23.1%)	(20.8%)	(14.3%)	(27.7%)	(24.4%)	(26.7%)
6	Librarian (12.6%)	Web search (19.5%)	Social media (7.1%)	Librarian (13.9%)	Librarian (11.0%)	Social media (9.2%)
7	Other	Other	Other	Social media	Other	Librarian
	(6.8%)	(6.5%)	(3.6%)	(5.9%)	(8.5%)	(8.3%)
8	Social media	Social media	Librarian	Other	Social media	Other
	(4.6%)	(2.6%)	(0%)	(5.0%)	(6.1%)	(5.3%)

LIFE SCIENCES (n= 237)	MATHEMATICS/ STATISTICS (n= 54)	MEDICAL SCIENCES/ ALLIED HEALTH (n= 242)	PHYSICAL SCIENCES (including Earth & Planetary sciences) (n= 113)	SOCIAL SCIENCES (including Economics) (n= 104)
Website	Website	Website	Website	Website
(48.1%)	(42.6%)	(40.9%)	(54.9%)	(46.2%)
Contact Us	Web search	Contact Us	Web search	Contact Us
(30.0%)	(33.3%)	(33.9%)	(30.1%)	(32.7%)
Web search	Researcher	Email	Email	Web search
(25.3%)	(27.8%)	(27.7%)	(24.7%)	(31.7%)
Email	Email	Researcher	Contact Us	Email
(24.1%)	(24.1%)	(27.3%)	(23.9%)	(24.0%)
Researcher	Contact Us	Web search	Researcher	Researcher
(19.0%)	(22.2%)	(21.9%)	(22.1%)	(23.1%)
Librarian	Librarian	Librarian	Librarian	Librarian
(8.9%)	(7.4%)	(9.9%)	(9.7%)	(13.5%)
Social media	Other	Other	Other	Other
(7.2%)	(5.6%)	(5.8%)	(5.3%)	(6.7%)
Other	Social media	Social media	Social media	Social media
(5.9%)	(3.1%)	(5.4%)	(5.3%)	(6.7%)





La science pour la santé _____ From science to health





communication physique

- affiches
- flyers
- publications institutionnelles
- goodies



- mails ciblés
- mailing
- signature de mail





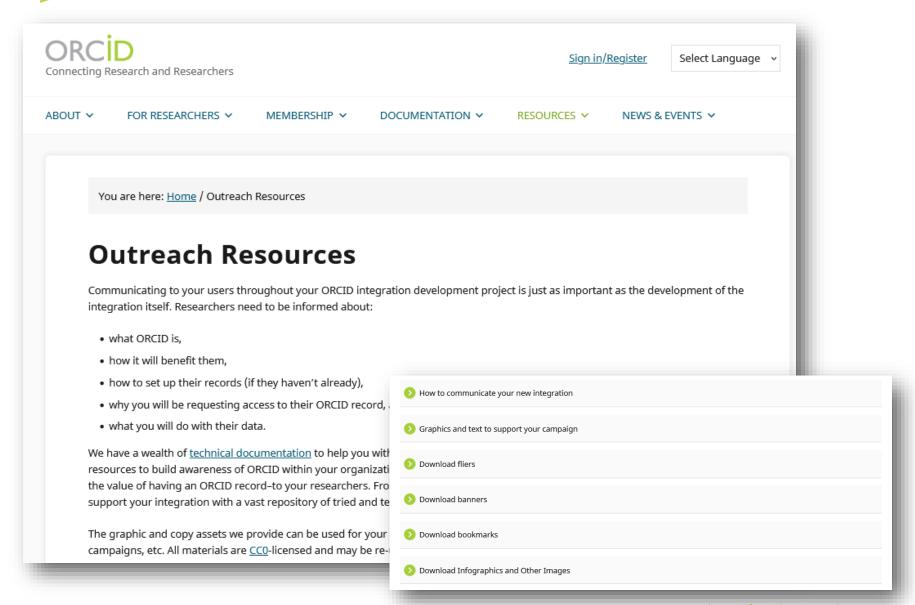
communication web

- site internet (institution, laboratoire
- intranet
- lettre d'information
- quides d'autoformation
- réseaux sociaux
- fonds d'écrar

événementiel

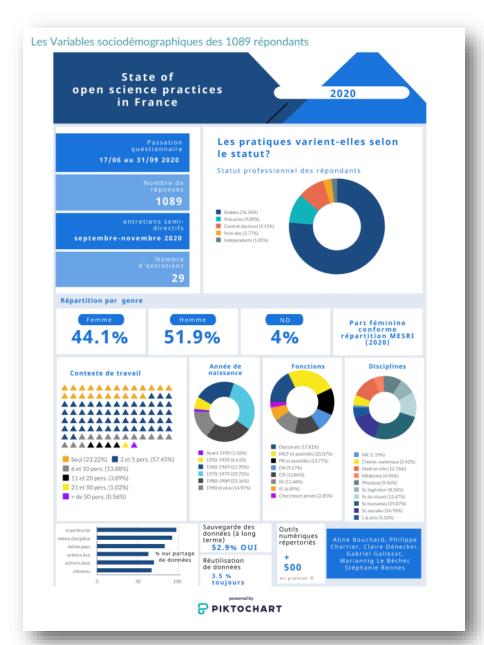
- réunions (laboratoire, RDV)
- événement
- interventions
- expositions
- formations









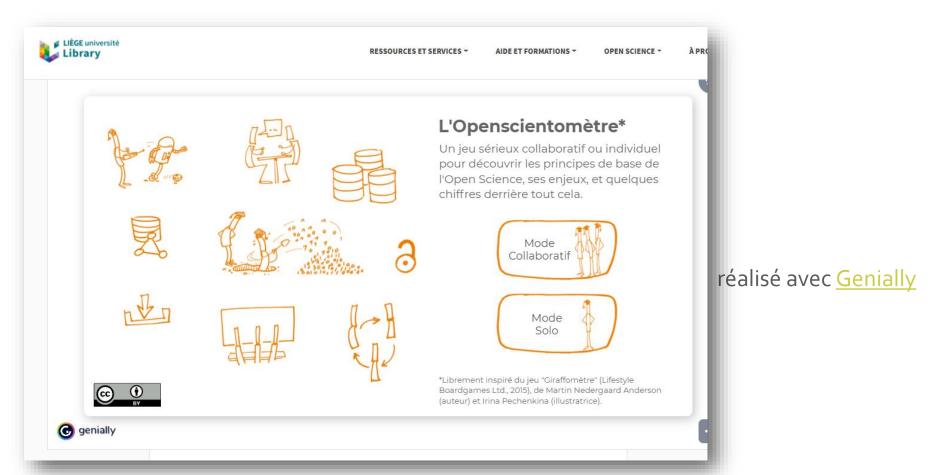


réalisé avec Piktochart

Exemple



https://twitter.com/BUuphf/status/139933023519626035





La lettre de CoopIST

Archives

Cirad



Trouver l'information

Etre auteur

Rédiger

Publier et diffuser

Evaluer

Gérer des données

Coop IST ▶ Bibliothèques ▶ Utiliser le jeu dans la médiation en IST ▶ 1 - L'universalité du jeu

Utiliser le jeu dans la médiation en IST

1 - L'universalité du jeu

- 2 Le jeu comme outil pédagogique
- 3 Les jeux pédagogiques, une offre en plein essor
- 4 Créer un jeu pédagogique, un projet à part entière
- 5 Créer un jeu pédagogique simple et ludique
- 6 Le rôle du.de la médiateur.trice dans le jeu
- 7 Un exemple de jeu et ses apports dans la médiation en information scientifique
- 8 Des exemples de jeux pégagogiques francophones en libre accès

Liens utiles

1 - L'universalité du jeu

L'importance du jeu dans le développement des compétences n'est pas l'apanage d'une catégorie d'âge. Le jeu pédagogique pour adultes est un excellent outil de médiation dans la formation et pour le renforcement de capacités personnelles et collectives, et ce quels que soient les cultures, les âges, les positions sociales et catégories professionnelles. Tout le monde joue ou a joué à un moment donné de sa vie, le jeu est ainsi un élément de langage commun. La simple évocation du mot jeu

PDF

Utiliser le jeu dans la médiation en

Citer ce document

(b) Boussou, C.; (b) Tio Babena, G. W. 2020. Utiliser le jeu dans la médiation en IST, en 8 points. Montpellier (FRA): CIRAD, 6 p. https://doi.org/10.18167/coopist/0069

Contact

coopist@cirad.fr



une question centrale : produire du contenu ou simplement signaler ?

Quels destinataires?

les chercheurs individuels sont-ils (toujours) le bon niveau ?

Quels sont mes relations avec les chercheurs de ma communauté?

Quels sont les opérateurs de la science ouverte dans mon établissement ? Ai-je fait un état de l'existant?

Quels sont les opérateurs de la communication dans mon établissement?

Quels sont mes réussites et mes échecs en matière de communication ?



QUESTIONS À... KARIM RAMDANI

Karim Ramdani est directeur de recherche à l'Inria¹, et travaille actuellement à l'Inria Nancy Grand Est. Il est chercheur en étude mathématique et simulation numérique des problèmes directs ou inverses (notamment pour les ondes) et sur le contrôle et la stabilisation des équations aux dérivées partielles.

Fréquentez-vous physiquement et/ou virtuellement « votre » bibliothèque pour votre travail de chercheur ?

Il m'arrive d'avoir recours aux services de la bibliothèque de l'Institut Elie Cartan de Lorraine, le laboratoire de mathématiques de l'université de Lorraine. J'utilise également les accès numériques, principalement ceux des services de documentation de l'université de Lorraine, pour accéder à des documents. Avec le temps, ma pratique a évolué vers une consultation plus fréquente des documents au format numérique.

Quels services vous apporte la bibliothèque dans votre travail de chercheur?

La bibliothèque me permet d'accéder à des monographies et des articles scientifiques pour mener à bien un travail de recherche bibliographique, de découvrir ou d'approfondir un sujet de recherche ou de préparer un cours.

Quels sont les outils et les services d'opérateurs privés que vous utilisez pour votre travail de chercheur?

J'en utilise très peu. En particulier, je n'utilise jamais les réseaux sociaux scientifiques (comme ResearchGate), ni les outils bibliométriques comme le Web Of Science qui fournissent des indicateurs biaisés -voire erronés- pour le travail d'évaluation.

Qu'attendez-vous de la bibliothèque comme services pour votre travail de chercheur et qu'elle ne vous fournit pas encore ?

Avant tout, les bibliothèques doivent continuer à assurer un accès pérenne aux connaissances. Avec l'émergence du libre accès, les bibliothèques devraient évoluer pour jouer un rôle plus important dans :

- l'information et la sensibilisation des chercheurs, par exemple à travers l'organisation de demi-journées d'échange et de débat sur l'édition scientifique.
- le soutien financier et l'accompagnement dans la création de nouvelles revues « vertueuses » (idéalement sans frais ni pour le lecteur ni pour l'auteur), ce qui suppose une coordination nationale (comme c'est le cas en mathématiques avec le Réseau National des Bibliothèques de mathématiques), ainsi qu'un appui institutionnel (comme le fait l'Insmi² avec le Centre Mersenne fondé en 2017).
- [1] Institut national de recherche dédié aux sciences du numérique
- [2] Institut national des sciences mathématiques et de leurs interactions

La communication comme levier de la science ouverte pour *tous* les acteurs de la recherche ?

Ressources citées

- Bibliothèques et communication autour de la science ouverte
 - « Les bibliothèques au service des chercheurs. Anticiper, irriguer, accompagner ». Arabesques. n°95. 10-12/2019. https://abes.fr/publications/revue-arabesques-95/.
 - Marie Garambois et Cécile Arènes. Transmettre et convaincre: communiquer l'IST et la science ouverte dans son établissement et au-delà. Stage URFIST de Paris, 04/06/2021.
 - Carole Letrouit et al. *La place des bibliothèques universitaires dans le développement de la science ouverte*. RapportIGÉSR n°2021-022. 02/2021. 68 p. [en ligne]. Disponible sur : https://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid157819/la-place-des-bibliotheques-universitaires-dans-le-developpement-de-la-science-ouverte.html.
- Exemples autour des identifiants
 - Katherine G. Akers, Alexandra Sarkozy, Wendy Wu Wayne et Alison Slyman. « ORCID Author Identifiers: A Primer for Librarians ». Medical Reference Services Quarterly. 7/2016. n°35(2). p. 135-144. http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/02763869.2016.1152139?src=recsys. Postprint disponible sur: http://digitalcommons.wayne.edu/libsp/111.
 - Alice Meadows et al. ORCID 2017 Community Survey Report. 2017.
 https://figshare.com/articles/journal_contribution/ORCID_2017_Community_Survey_Report/5525476/1.
 - Sheila Rabun. ORCID US Community: Outreach Strategies for Promoting ORCID. 2019.
 https://orcid.figshare.com/articles/presentation/ORCID US Community Outreach Strategies for Promoting ORCID/8016281.
 - Wm. Joseph Thomas, Barbara Chen et Gail Clement. « ORCID Identifiers: Planned and Potential Uses by Associations, Publishers, and Librarians ». The Serials Librarian. vol. 68(1). issue 1-4. 5/2015, p. 332-341. http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/0361526X.2015.1017713. [MLA Modern Language Association, Texas A&M University (TAMU) et East Carolina University].

Pour aller plus loin

- Jean-Philippe Accart (dir.). Personnaliser la bibliothèque: construire une stratégie de marque et augmenter sa réputation. 2018. https://books.openedition.org/pressesenssib/11357.
- · «Advocacy». Bibliothèque(s). n°87. 2017. https://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/68002-87-advocacy.pdf.
- Christine Koontz. *True Marketing Defined*. Keynote Liber 2020. https://www.ifla.org/wp-content/uploads/2019/05/assets/management-and-marketing/truemarketingdefined-exercises.pdf.
- Jean-Marc Vidal (dir.). Faire connaître et valoriser sa bibliothèque: communiquer avec les publics. Presses de l'ENSSIB, 2012. https://books.openedition.org/pressesenssib/598.

Illustrations de couverture : Lavarmsg. Avatar coloré par défaut Vecteur gratuit. Vecteezy. https://fr.vecteezy.com/art-vectoriel/g6523-avatar-colore-par-defaut.