



جامعة 8 ماي 1945 قالمة
UNIVERSITE 8 MAI 1945 - GUELMA

كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية

محاضرات في تكنولوجيا الاعلام و الاتصال و البحث الوثائقي
لطلبة السنة الأولى دكتوراه في علم النفس و العلوم الاجتماعية
السداسي الثاني

الدكتور رابح نامشة

للتواصل معي



(touche ctrl + clic gauche pour ouvrir les liens)

أو عبر البريد المهني

nemamcha.rabah@univ-guelma.dz

أو الشخصي

nemrbdz@yahoo.fr

المحور الأول: بناء الهوية الرقمية للباحث

تم تحضير هذا المحتوى اعتمادا على مقال

A. Bouchard, CONSTRUIRE SON IDENTITE NUMERIQUE DE CHERCHEUR (URFIST de Paris) –formation doctorale, 05/2018 [en ligne] Disponible sur

http://urfist.chartes.psl.eu/sites/default/files/ab/bouchard_identitenumerique_synthese_052018.pdf

تعريف ورهانات المنظورية (LA VISIBILITÉ)

1- منظورية طالب الدكتوراه وأهميتها:

زيادة تأثير البحوث العلمية المنشورة.

هناك 7 طرق ترويجية للمساعدة في ضمان رؤية أعمال البحث، قراءتها والاستشهاد بها:

- محركات البحث
- الندوات و المداخلات
- الأشهار
- شبكات التواصل الاجتماعي
- الواب
- الملتيميديا
- البريد الالكتروني

لعب الناشرون التقليديون دورا محوريا في الترويج و صناعة سمعة الباحث أما اليوم و مع تطور تكنولوجيات الاعلام و الاتصال أصبح الباحث يتحمل الجزء الأكبر من هذه المهمة عن طريق تدخله أكثر في عملية الاتصال و الترويج لأعماله الأكاديمية.

2- أهمية الهوية الرقمية

1-2- بالنسبة للباحث

- بناء هوية وانتماءات واضحة
- ارتباط صحيح بمجالات البحث
- التميز عن الباحثين الآخرين
- تولي مسؤولية ادارة سمعته الرقمية
- بناء صورة في مجاله

2-2- بالنسبة لأعمال البحث

- التعريف بأعماله بشكل صحيح
- زيادة فرصتك في الاقتباس من طرف باحثين آخرين
- الحماية من الانتحال العلمي
- الحصول على نظرة موضوعية على تأثيرات الأعمال البحثية

2-3- بالنسبة لمجتمع الباحثين، المجتمع و مهنة المستقبل

- تسهيل التبادل مع الباحثين الآخرين
- زيادة فرص التعاون ضمن شبكة من الباحثين
- زيادة فرص الحصول على تمويل مشاريع بحثية مستقبلية
- زيادة فرص التشغيل
- وضع خبراته تحت في خدمة المجتمع

3- تعريف الهوية الأكاديمية

"تتعلق الرؤية الأكاديمية بنشر، إمكانية الوصول والاعتراف المعتمدة لدى هيئة التدريس الجامعية، خاصة من حيث معايير الترقية والحيازة والرتبة الأكاديمية. تقليدياً ، كانت "المنظورية" دالة للنواتج المطبوعة مثل الكتب وفصول الكتب ومقالات المجالات التي يراجعها الأقران والمتوفرة بشكل أساسي في المكتبات الأكاديمية. يتغير هذا بسرعة مع الزيادة الهائلة في الفهرسة الإلكترونية عبر الإنترنت لهذه المواد. يزداد الاعتراف العلمي والسمعة مع زيادة الرؤية من الأعمال التي يشار إليها كثيراً على أنها موثوقة"¹

تبنى الهوية الأكاديمية الرقمية في وسط يتميز بانفجار معلوماتي بمافيها منشورات البحث، و ظهور ممارسات جديدة مثل الأرشفة المفتوح للمقالات العلمية وسهولة الانتحال العلمي بواسطة النسخ و اللصق.

4- تعريف الهوية الرقمية

"يمكن تعريف الهوية الرقمية على أنها مجموعة آثار (كتابات ، محتوى صوتي أو فيديو ، رسائل على المنتديات ، بيانات اعتماد تسجيل الدخول ، إلخ) نتركها وراءنا ، بوعي أو بغير وعي ، أثناء التنقل في الشبكة. وانعكاس هذه المجموعة من الآثار ، كما يبدو "معاد" من قبل محركات البحث"²

5- السمعة الرقمية

"في بعض الأحيان تكون إضافة ثقيلة إلى الهوية الرقمية أو السمعة الرقمية أو "السمعة الإلكترونية" هي ما يقوله الناس عني. يمكن أن تشكل أيضاً "علامتي التجارية" (وهذا ما يسمى بالعلامة التجارية الشخصية). إنها بالضرورة ذاتية ومتقلبة. بناءً على الصورة المتصورة ولكن أيضاً على الثقة أو المصادقية الممنوحة ، يمكن أن يتم تفكيكها بالسرعة التي تستغرق وقتاً طويلاً لإنشاءها وتأسيسها."³

بالنسبة لأطال الدكتوراه

- يمكن العثور عليه وظهوره بسهولة ، سواء بالنسبة للعالم الأكاديمي أو للعالم الخارجي

- تأكيد ارتباطه المؤسسي بمخبر البحث خلال تحضير أطروحته

- يتم تحديده في مجال بحثه

يتم عادة بناء هذه السمعة من خلال نتائج البحث عبر غوغل مثلاً يقوم بها الآخرون و باستخدام أية معلومة تخص الشخص كالاسم، أصدقائه، عنوان بريد الكتروني...

¹ https://en.wikipedia.org/wiki/Academic_visibility

² Olivier Ertzscheid. Qu'est-ce que l'identité numérique ? Enjeux, outils, méthodologies. Nouvelle édition [en ligne]. Marseille : OpenEdition Press, 2013. Disponible sur : <http://books.openedition.org/oep/332>

³ المرجع السابق

الصورة التالية تلخص أهم المعايير التي قد تلعب لصالح أو ضد طالب الدكتوراه عند طلب منصب عمل:

Les éléments jouant le plus en défaveur d'un candidat sont des informations fausses ou non recoupées avec son CV (85%), une mauvaise orthographe (71%) et des retours négatifs d'anciens collègues ou employeurs (69%). Au contraire, les éléments pouvant jouer en faveur des candidats sont les recommandations de relations professionnelles (74%), des retombées liées aux précédents postes (59%) et une activité pertinente liée au secteur d'activité, que ce soit sur des blogs, des sites participatifs ou toute autre prise de parole en ligne (54%).

QUELS ÉLÉMENTS PEUVENT JOUER EN FAVEUR DU CANDIDAT ?

✓ EN FAVEUR

74% DES RECOMMANDATIONS DE RELATIONS PROFESSIONNELLES

59% DES RETOMBÉES LIÉES AUX PRÉCÉDENTS POSTES

54% UNE ACTIVITÉ PERTINENTE SUR SON SECTEUR D'ACTIVITÉ

27% DES TRACES SE RAPPORTANT À SA PERSONNALITÉ

QUELS ÉLÉMENTS PEUVENT JOUER EN DÉFAVEUR DU CANDIDAT ?

✗ EN DÉFAVEUR

85% DES INFORMATIONS NON RECROUPEES OU FAUSSES SUR LE CV

71% UNE MAUVAISE ORTHOGRAPHE

69% DES RETOURS NÉGATIFS D'ANCIENS COLLÈGUES OU EMPLOYEURS

28% DES INFORMATIONS LIÉES À SA VIE PRIVÉE OU À SA PERSONNALITÉ

18% L'ABSENCE D'INFORMATIONS LE CONCERNANT

