

Médias sociaux 101

(Dirigé par Tristan MacLean, Ph. D. et Farah Qaiser, M. Sc.)



PermafrostNet
NSERC | CRSNG

Aperçu du module

- Principales caractéristiques des plateformes de médias sociaux
- Stratégies d'utilisation des médias sociaux pour communiquer sur la recherche
- Avantages et défis des médias sociaux

Principaux points à retenir

- Il existe de nombreuses plateformes de médias sociaux, et chacune présente des avantages différents pour atteindre vos objectifs de communication scientifique.
- L'utilisation des médias sociaux comme outil de communication de la recherche présente de nombreux avantages, notamment l'augmentation des taux de citation, l'engagement d'un public plus large et la découverte de nouvelles collaborations et occasions potentielles.
- Si les médias sociaux peuvent être un outil formidable, il reste des défis et des obstacles à surmonter, comme consacrer suffisamment de temps à la gestion des comptes, sortir des chambres d'écho et « lire la salle » dans les moments plus sensibles.

Médias sociaux et communication scientifique

Les médias sociaux sont définis comme une application Web 2.0 dont le contenu est généré par les utilisateur.rice.s et où il existe des réseaux entre les profils des utilisateur.rice.s. Contrairement aux pages Web statiques, il y a un élément supplémentaire d'interactivité. Il est important de réfléchir à la plateforme la plus adaptée à vos buts et objectifs.

Voici quelques-uns des canaux de médias sociaux les plus populaires où les scientifiques peuvent dialoguer avec le public. Chaque plateforme a ses propres caractéristiques, avantages et limites.



Facebook

- **Avantage** : La plateforme de médias sociaux la plus utilisée au Canada.
- **Caractéristiques** : Messages (texte, vidéo, image), Facebook Live, groupes et pages.



YouTube & TikTok

- **Avantage** : Peut être un.e créateur.rice à la caméra ou hors caméra et produire un contenu dynamique et créatif qui peut transmettre des concepts rapidement.
- **Caractéristiques** : Vidéo (format court pour TikTok et format long pour YouTube) et commentaires.



Instagram

- **Avantage** : Idéal pour l'échange de contenu visuel. Peut être efficace pour héberger des comptes individuels de scientifiques qui peuvent rendre la science plus accessible en mettant en scène des scientifiques sur des photos.
- **Caractéristiques** : Publications (images et vidéos avec légendes textuelles), Instagram Live, Stories et Reels.



Twitter

- **Avantage** : Plateforme populaire pour la communauté scientifique et les journalistes anglophones.
- **Caractéristiques** : Messages (texte, vidéo, sondage), Twitter Live.



LinkedIn

- **Avantage** : Bon pour les réseaux professionnels et les carrières scientifiques
- **Caractéristiques** : Messages (image, vidéo, sondage, document), mises à jour professionnelles, portfolio, histoires.



Reddit

- **Avantage** : Une plateforme idéale pour les questions-réponses, également appelées « Ask Me Anything » (AMA), et les discussions.
- **Caractéristiques** : Des messages (texte, images, vidéo) auxquels les autres utilisateur.rice.s répondent, sur lesquels il.elle.s votent et auxquels il.elle.s attribuent des prix.

Un regard plus attentif sur Twitter

Twitter est un choix populaire pour de nombreuses personnes de la communauté scientifique anglophone. Malgré la limite de 280 caractères pour les messages textuels, les utilisateur.rice.s peuvent faire preuve de créativité pour utiliser Twitter à leur avantage.

| | | |
|--|---|--|
| <p>Chaque gazouillis ne peut comporter que 280 caractères. Les utilisateur.rice.s ont créé des « fils » en reliant plusieurs gazouillis entre eux.</p> | <p>En reliant les gazouillis entre eux, les utilisateur.rice.s ont créé des tweetorials sur différents sujets, des événements en direct et des clavardages sur Twitter.</p> | <p>Il existe également des comptes Twitter rotatifs, tels que @realscientists ou @IAmSciComm, où différents utilisateur.rice.s seront les hôte.sse.s pendant une certaine période.</p> |
|--|---|--|

Objectifs et stratégies d'utilisation des médias sociaux

L'utilisation des médias sociaux pour échanger et communiquer des recherches peut être incroyablement bénéfique pour les scientifiques. Il existe un certain nombre de stratégies différentes que les scientifiques peuvent utiliser pour accroître la portée et l'engagement de leurs recherches sur les médias sociaux.

Objectifs des médias sociaux pour les scientifiques :

- L'échange de la recherche sur les médias sociaux peut augmenter les taux de citation et les scores Altmetric, car il accroît la diffusion et la distribution de votre travail.
 - Exemple : @oceanseaicenpi sur Instagram a constaté que son score Altmetric moyen était de 24,3 lorsqu'il partageait des résultats de recherche sur les médias sociaux, contre 2,1 lorsqu'il ne le faisait pas.
- Possibilités de s'engager dans les deux sens et d'atteindre des publics sélectionnés ou des groupes de niche.
- Rendre la science et les travaux quotidiens de la recherche scientifique plus accessibles, ouverts et pertinents pour le public et les décideur.euse.s.
- Communiquer et collaborer avec ses pairs, les institutions et organisations scientifiques et les médias.
- Suivre et interagir avec d'autres délégué.e.s lors de conférences et d'événements.

Choisir sa plateforme de médias sociaux

Tenez compte des facteurs suivants lors du choix de la plateforme de médias sociaux sur laquelle communiquer la recherche.

| | |
|--|---|
| <p>1 : Les objectifs de la communication (par exemple, quel est le but? Qui voulez-vous atteindre?).</p> | <p>2 : Le niveau d'engagement et les ressources pour l'engagement.</p> |
| <p>3 : Le sujet d'intérêt et le type de format d'information.</p> | <p>4 : L'agencement et la conception de la plateforme, y compris les fonctions d'engagement bidirectionnel.</p> |

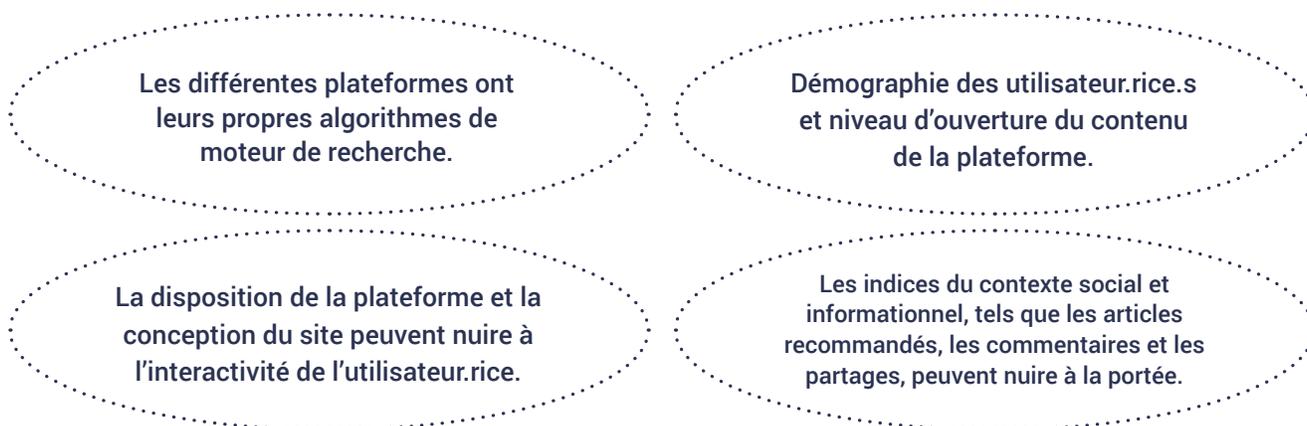
Engagement et croissance des médias sociaux

Les médias sociaux évoluent et s'adaptent rapidement. Bien que toutes les tendances et tous les mots-clics puissent vous submerger, comprendre les analyses des médias sociaux peut vous aider à déterminer le meilleur moment pour vous engager auprès de votre public et publier du contenu.

Voici quelques **conseils** pour vous aider à démarrer :



Autres facteurs qui influent sur la stratégie en matière de médias sociaux



Autres bonnes règles d'or pour les médias sociaux

- Ayez un profil complet avec votre nom complet, une photo et vos diplômes.
- Incluez une courte biographie, telle que votre domaine de recherche, votre affiliation (si elle est autorisée), vos pronoms (si cela vous convient), et précisez que vos opinions sont les vôtres.
- Utilisez des mots-clics et marquez les personnes et les comptes organisationnels pertinents pour amplifier votre contenu.
- L'utilisation d'images, d'émoticône, de GIF et de vidéos augmentera l'engagement.
- Gardez l'accessibilité à l'esprit : créez d'autres légendes pour vos publications et sous-titrez vos vidéos.
- Montrez votre personnalité et que vous êtes humain.e afin que les gens se connectent avec vous.
- **Si vous gérez les comptes de médias sociaux d'une organisation**, pensez à adopter le ton et à suivre la ligne directrice de l'organisation, s'il y en a une, et restez fidèle à la marque.
 - **Exemple 1 :** Santé publique Ottawa adopte un ton humoristique, empathique et informatif lorsqu'elle aborde les questions de santé publique.
 - **Exemple 2 :** Pergélisol du CRSNGC a un ton formel, partageant les annonces, les dernières publications et les détails des événements.

Avantages et défis des médias sociaux

Les médias sociaux peuvent être un outil formidable pour échanger des informations et mobiliser les gens, mais ils comportent leurs propres barrières qui peuvent empêcher une communication efficace. Plutôt que de se laisser décourager par les défis des médias sociaux, il est important de les reconnaître et de trouver des solutions stratégiques.

Avantages des médias sociaux

- ⦿ Partagez vos recherches et votre point de vue avec un public plus large.
- ⦿ Attirez des collaborateurs et leur potentiel.
- ⦿ Restez en contact avec les personnes avec lesquelles vous avez travaillé par le passé.
- ⦿ Trouvez de nouvelles possibilités
- ⦿ Rencontrez de nouvelles personnes et créez un réseau virtuel.

Défis des médias sociaux

- ⦿ Sachez quelle est votre zone de confort et dans quelle mesure vous êtes prêt.e à partager.
- ⦿ La création de contenu de qualité prend du temps.
- ⦿ Naviguez dans les algorithmes et les chambres d'écho qui ne reçoivent pas de nouvelles informations.
- ⦿ Les gens ne partagent que leurs meilleurs moments, ce qui peut parfois être décourageant.
- ⦿ Lisez la salle : soyez au courant des événements et des tendances actuels avant de publier.
- ⦿ Gérer et contrer la désinformation peut s'avérer difficile, et il est possible que vous soyez également interpellé.e. Les erreurs arrivent.

Voici quelques guides d'autres institutions sur l'utilisation des médias sociaux pour la communication scientifique (en anglais) :

- [Social Media Strategies for Research](#) par Research Impact Canada
- [Share and Advocate for Science](#) par American Geophysical Union's Guide
- [Social Media for Researchers](#) par National Coordinating Centre of Public Engagement
- [Handbook of Social Media for Researchers and Supervisors](#) par Vitae Innovate, Open University
- [Social Media for Research](#) par Newcastle University
- [Communicating Your Research with Social Media: A Practical Guide to Using Blogs, Podcasts, Data Visualisations and Video](#) par Mollett et al.
- [Using Twitter in university research, teaching and impact activities](#) par Mollett, Moran, & Dunleavy (2011)
- [Why is social media important to researchers](#) par Center for Advanced Self-Powered Systems of Integrated Sensors and Technologies (ASSIST)



Lectures supplémentaires :

- [The State of Social Media in Canada 2017](#) par Ryerson Social Media Lab
- [The State of Social Media in Canada 2020](#) par Ryerson Social Media Lab
- [How Are Scientists Using Social Media in the Workplace?](#) par Collins, Shiffman, & Rock (2016)
- [Using selfies to challenge public stereotypes of scientists](#) par Jarreau et al. (2019)
- [Saw It on Facebook: The Role of Social Media in Facilitating Science Issue Awareness](#) par Mueller-Herbst et al. (2020)
- [The role of Twitter in the life cycle of a scientific publication](#) par Darling et al. (2013)
- [Scientific networks on Twitter: Analyzing scientists' interactions in the climate change debate](#) par Walter, Lörcher, & Brüggemann (2019)
- [How Do Young Adults Engage With Science and Research on Social Media? Some Preliminary Findings and an Agenda for Future Research](#) par Hargittai, Füchslin, & Schäfer (2018)
- [Does Your Lab Use Social Media?: Sharing Three Years of Experience in Science Communication](#) par Pavlov et al. (2018)
- [Toxic talk: How online incivility can undermine the perceptions of media](#) par Anderson et al. (2018)
- [Social media, Science, and Attack Discourse: How Twitter Discussions of Climate Change Use Sarcasm and Incivility](#) par Anderson & Huntington (2017)*
- [The use of social media and its impact for research](#) par Rogers (2019)
- [Social media for scientists](#) par Nature Cell Biology (2018)
- [Scientists on Twitter: Preaching to the choir or singing from the rooftops?](#) par Côté & Darling (2018)
- [Social media and the 21st-century scholar: How you can harness social media to amplify your career](#) par Chan et al. (2017)

- [Science in the Social Media Age: Profiles of Science Blog Readers](#) par Jarreau & Porter (2017)*
- [How Are Scientists Using Social Media in the Workplace?](#) par Collins, Shiffman, & Rock (2016)
- [Polarized frames on “climate change” and “global warming” across countries and states: Evidence from Twitter big data](#) par Jang & Hart (2015)*
- [Network analysis reveals open forums and echo chambers in social media discussions of climate change](#) par Hywel et al. (2015)
- [Fostering public trust in science: The role of social media](#) par Huber et al. (2019)
- [Public communication of science 2.0](#) par Peters et al. (2014)
- [Science engagement and social media](#) par Howell & Brossard (2019)*
- [Engagement present and future: Graduate student and faculty perceptions of social media and the role of the public in science engagement](#) par Howell et al. (2019)*

* Cet article est payant. Il existe des moyens d'obtenir des articles payants, par exemple en communiquant avec les auteurs des articles. [Voici d'autres moyens d'obtenir des articles payants.](#)

Contenu et Storyboards : Ki-Youn Kim, MScComm ● **Conception Graphique :** Krista Leroux ● **Éditeur :** Tristan MacLean, PhD
