



Autre article

2016

Accepted version

Open Access

This is an author manuscript post-peer-reviewing (accepted version) of the original publication. The layout of the published version may differ .

Marchands de science ? 180 secondes pour convaincre

Florin, Ian

How to cite

FLORIN, Ian. Marchands de science ? 180 secondes pour convaincre. In: Le Temps, 2016, n° 5637, p. 9.

This publication URL: <https://archive-ouverte.unige.ch/unige:88331>

Marchands de science ? 180 secondes pour convaincre

Le Temps / Genève / Suisse / 18.10.2016

Ian FLORIN

En juin dernier, un public nombreux se pressait à l'université de Lausanne pour voir des jeunes chercheurs suisse-romands s'essayer à un exercice d'un nouveau genre. Top chrono ! Trois minutes pour rendre la plus compréhensible et intéressante possible une thèse de doctorat sur la régénération des nageoires du poisson zèbre et être sacré vainqueur du soir par le jury. Loin d'être un coup de communication isolé, la première finale suisse du concours *Ma thèse en 180 secondes* reflète l'enthousiasme grandissant des universitaires pour les joutes oratoires formatées et minutées. Et pour cause : en ces temps de restrictions budgétaires, le milieu académique voit dans ce type de compétitions un bon moyen de faire sortir la recherche scientifique des murs de l'université, en présentant son travail au grand public dans des ambiances dignes des meilleurs keynotes californiennes.

Plutôt que de céder à l'engouement général, il semble important de poser sur ces concours un regard critique, tant ceux-ci apparaissent comme des manifestations de la soumission croissante du secteur de la recherche scientifique à des logiques capitalistes. D'aucuns diront que c'est l'époque qui veut ça ! Le monde universitaire – tel que dépeint dans la politique européenne depuis bientôt vingt ans – ne peut se soustraire aux dynamiques néolibérales qui veulent que seuls survivent les plus entreprenants et les plus méritants. Bingo. Le monde académique s'apparente aujourd'hui à un marché ouvert, au sein duquel les chercheurs s'entredéchirent afin d'obtenir des postes stables et prestigieux et où les universités s'affrontent pour obtenir des fonds et attirer les collaborateurs les plus brillants.

De fait, il n'y a plus de recherche sans système de comparaison censé arbitrer la course perpétuelle à l'excellence scientifique, dont la mesure est au moins approximative sinon partielle, quand elle ne relève pas carrément d'une loterie.¹ Le savoir scientifique est devenu pour les chercheurs un véritable capital que les techniques de marketing permettent de faire fructifier en gagnant en visibilité et donc en compétitivité sur le marché. Les concours de thèses en 180 secondes cristallisent le glissement néolibéral décrit ici, en rendant positive et ludique la compétition entre chercheurs et en récompensant les doctorants pour leur bagout de vendeur plutôt que pour leur rigueur scientifique.

Dès lors, on ne peut que s'inquiéter pour la qualité et la diversité des recherches quand le travail des scientifiques est moins guidé par la scientificité ou l'éthique que par l'opportunisme carriériste ou la simple communication des résultats. En cultivant un *ethos* de l'enthousiasme autour de la Science, ce carcan restreint et balise les domaines de recherches : tout travail scientifique n'est pas propice à l'anecdote

¹ Voir à ce sujet les contributions d'Ola Söderström dans ce même journal, qui s'est interrogé sur les termes et les dérives de la course à l'excellence scientifique.

bien sentie ou susceptible de susciter l'intérêt en trois minutes. Ainsi, certaines recherches – trop complexes, ennuyantes, inutiles, pas immédiatement rentables, voire subversives – ou ceux qui les portent sont difficilement conciliables avec les impératifs de simplification et de spectacularisation prescrits par ce genre de concours.

À ceux qui disent que la marchandisation du savoir est un mal nécessaire pour établir le lien entre recherche et société, on répondra que le type de *vulgarisation* qu'elle promeut porte une conception rétrograde et infantilisante de la Science, où l'expert doit convaincre un public profane en termes simples et efficaces. On peut se demander si la construction d'un monde académique véritablement accessible et au service de la cité ne passe pas au contraire par la contestation de certaines dynamiques néolibérales. L'université a-t-elle pour vocation à fabriquer des produits finis pour un public consommateur ? Ne devrait-elle pas viser l'apprentissage mutuel en favorisant les rencontres *via* des cours publics ou des manifestations scientifiques ? Si l'université veut s'engager dans le débat public, elle le fera bien mieux en encourageant le citoyen derrière le chercheur plutôt que le marchand de tapis.