

LES SCIENTIFIQUES DANS LA CITE

Cultures disciplinaires et engagement public

Rapport final

Fabienne CRETZAZ VON ROTEN, Olivier MOESCHLER

Lausanne, juin 2008

Remerciements

Anthropos – Le savoir vivant

Les membres du groupe d'accompagnement du projet

Jean-Philippe Leresche de l'Observatoire Science, Politique et Société (OSPS)

Jérôme Grosse et Nadine Richon d'UNICOM

Alain Kaufmann de l'Interface sciences – société

Les personnes interviewées dans le cadre de l'étude

Les 810 enseignants-chercheurs de l'UNIL qui ont répondu à l'enquête on-line

« Ce devrait être le souhait de tout intellectuel d'amener la population vers les domaines du savoir » (assistante, Théologie).

« Exercer le grand public à avoir un avis critique sur ce que la science lui propose » (assistante, SSP).

« C'est important, mais il faut éviter de tomber dans la démagogie » (Prof., Lettres).

« Casser la représentation de l'université comme 'tour d'ivoire' » (assistante, Lettres).

« La condition d'une démocratie scientifique et technique qui englobe les citoyens de manière participative » (Prof., SSP).

« Cela fait partie de mes tâches, et en plus cela me plaît » (Prof., Théologie).

« Sinon je trouve que cela ne sert à rien de faire des études ou recherches si elles ne sont pas utilisées dans la vie pratique » (assistant, HEC).

« J'adore le faire, mais je ne suis pas certain que cela fasse beaucoup avancer la science » (Prof., Droit).

« Partager ses connaissances, les construire avec le public, les échanger... essentiel » (Prof., FBM).

« Il est important que les Professeurs soient capables de quitter le jeu de la langue et de parler de manière compréhensible » (Prof., HEC).

« Ça fait partie du métier. Mais il faut trouver le cadre, le lieu et le public » (Prof., GSE).

« Briser la barrière, artificielle entre théorie et pratique et entre chercheurs et 'hommes de la rue' » (Prof., Droit).

« D'abord je finis mon doctorat, après je cause » (doctorant, GSE).

« Je pense que c'est important de communiquer AVEC et pas seulement AU public » (assistante, FBM).

Table des matières

Résumé	9
1. Introduction.....	15
1.1 Contexte de l'étude.....	15
1.2 Des attentes publiques croissantes au niveau international	15
1.3 Objectifs de l'étude : une recherche-action à deux volets.....	16
1.4 Un projet interdisciplinaire.....	17
1.5 Plan du rapport.....	18
2. Les scientifiques et la Cité : éléments de problématique	19
2.1 Les scientifiques dans le dialogue science-société, un point aveugle	19
2.2 De la rhétorique aux pratiques	19
2.3 Des motivations et des obstacles	21
2.4 Destinataires et médiateurs.....	22
2.5 Les représentations : rôles, modèles, attitudes.....	22
2.6 Des facteurs explicatifs multiples	24
2.7 La question des cultures disciplinaires	25
3. Méthodologie et population	27
3.1 Une double enquête	27
3.2 Les « enseignants-chercheurs »	27
3.3 Taux de réponse.....	28
3.4 Le profil des répondants	29
3.5 Note sur la méthode	31
4. Les enseignants-chercheurs de l'UNIL face à la société	33
4.1 L'importance accordée à la communication avec un public non-spécialiste.....	33
4.2 Information, débat, coproduction : quel modèle science-société ?	34
4.3 Expert ou généraliste ? Le rôle du scientifique dans l'espace public.....	37
4.4 Attitudes envers la science et la relation science-société	38
5. L'engagement public des enseignants-chercheurs	41
5.1 Inventaire des activités de communication large	41
5.2 Assidus, sporadiques et « inactifs »	43
5.3 Un engagement différentiel selon le profil.....	44
5.4 Analyse multivariée : le poids des variables de profil sur le nombre d'activités.....	46
5.5 Communication envers un public non-spécialiste et envers les pairs.....	48
5.6 Des représentations aux pratiques	49
5.7 Les destinataires de la communication : des publics pluriels.....	51

6. Motivations et obstacles à la communication large	55
6.1 Une poignée de motivations.....	55
6.2 Des obstacles multiples et diffus	57
7. Médias, médiateurs, médiations	61
7.1 Quel est le « médiateur » le plus important ?	61
7.2 UNICOM, un service mal connu mais bien aimé.....	62
7.3 Les médias, un médiateur un peu particulier.....	64
8. Cultures disciplinaires : les facultés et leur type d'engagement dans la Cité	67
8.1 La Faculté de biologie et de médecine (FBM)	67
8.2 La Faculté de droit et des sciences criminelles	69
8.3 La Faculté des géosciences et de l'environnement (GSE).....	70
8.4 La Faculté des hautes études commerciales (HEC).....	72
8.5 La Faculté des lettres	73
8.6 La Faculté des sciences sociales et politiques (SSP).....	74
8.7 La Faculté de théologie et des sciences des religions	76
9. L'avenir de la communication : attentes et mesures	79
9.1 Les enseignants-chercheurs et l'injonction de communiquer	79
9.2 Mesures d'encouragement possibles	80
9.3 Stage, compétences	82
9.4 Les agences de moyens doivent-elles encourager la communication ?.....	83
9.5 Activités souhaitées et disponibilité	84
10. Pour des scientifiques dans la Cité	89
10.1 Analyse transversale : statut, sexe, culture disciplinaire	89
10.2 Les paradoxes de la communication large	91
10.3 Le dialogue science-société, une nécessité et une opportunité	92
10.4 Recommandations.....	92
Références	97
Annexes	101
A. Liste des membres du groupe d'accompagnement.....	103
B. Messages d'invitation et de rappel de l'enquête on-line	104
C. Questionnaire on-line	105
D. Grille d'entretien.....	109
E. Tableaux statistiques complets	110

Liste des graphiques

Graphique 1. Les trois modèles de Callon selon l'âge des enseignants-chercheurs	35
Graphique 2. Les trois modèles de Callon dans les facultés	36
Graphique 3. Distribution total d'activités des enseignants-chercheurs dirigées vers un public large, 2006-2007 ..	43
Graphique 4. Nombre moyen d'activités dirigées vers un public large selon les 3 modèles de Callon, 2006-2007 ...	49
Graphique 5. Attitudes et nombre d'activités dirigées vers un public large, 2006-2007	50
Graphique 6. Degré de familiarité d'UNICOM auprès des enseignants-chercheurs UNIL.....	62

Liste des tableaux

Tableau 1. Taux de réponse par faculté.....	29
Tableau 2. Comparaison des profils des répondants et de la population UNIL de référence (en %)	30
Tableau 3. Activités de communication envers un public non-spécialiste, 2006-2007 (en % des répondants).....	41
Tableau 4. Les trois profils facultaires de l'engagement public	46
Tableau 5. Explication du nombre d'activités de communication large selon différents facteurs	47
Tableau 6. Activités de communication dirigée vers les pairs, 2006-07 (en % des répondants).....	48
Tableau 7. Destinataires de la communication large par sexe et par statut (ordre d'importance).....	51
Tableau 8. Destinataires de la communication large par domaine (ordre d'importance)	53
Tableau 9. Les trois premières motivations selon les facultés.....	56
Tableau 10. Les trois premiers obstacles selon les facultés	59
Tableau 11. Importance des médiateurs, par faculté (en % de répondants)	62
Tableau 12. Mesures d'encouragement, total et par faculté (en % de répondants)	81
Tableau 13. Disponibilité pour des activités de communication dirigées vers un public non-spécialiste, total et par statut (en % de répondants).....	85
Tableau 14. Potentiel à l'UNIL pour les activités de communication dirigées vers un public non-spécialiste (en %). 86	

Liste des tableaux complets en annexe

Tableau I. Importance de communiquer avec un public non-spécialiste, par sexe, statut et faculté	110
Tableau II. Relation science-société, par sexe, statut et faculté	110
Tableau III. Rôle dans l'espace public ou dans les médias, par sexe, statut et faculté.....	111
Tableau IV. Attitudes des enseignants-chercheurs, par sexe, statut et faculté.....	112
Tableau V. Activités de communication envers un public non-spécialiste, par sexe, statut et faculté	113
Tableau Vbis. Activités de communication large, par sexe, statut et faculté	114
Tableau VI. Activités de communication scientifique dirigée vers les pairs, par sexe, statut et faculté.....	115
Tableau VII. Importance des destinataires, par sexe, statut et faculté	116
Tableau VIII. Motivations pour la communication envers un public non-spécialiste, par sexe, statut et faculté....	117
Tableau IX. Obstacles à la communication envers un public non-spécialiste, par sexe, statut et faculté.....	118
Tableau X. Importance des médiateurs, par sexe, statut et faculté.....	119
Tableau XI. UNICOM : degré de familiarité et satisfaction, par sexe, statut et faculté	120
Tableau XII. Sollicitation par les journalistes : nombre, acceptation et biais, par sexe, statut et faculté.....	121
Tableau XIII. Contacter les médias à la fin d'une recherche, par sexe, statut et faculté	122
Tableau XIV. Mesures d'encouragement à la communication envers un public non-spécialiste, par sexe, statut et faculté	123
Tableau XV. Rubrique « communication large », par sexe, statut et faculté.....	124
Tableau XVI. Stage pour apprendre à communiquer avec les médias, par sexe, statut et faculté	125
Tableau XVII. Reconnaissance ou encouragement accru par les agences de moyens des activités de communication dirigées vers un public non-spécialiste, par sexe, statut et faculté.....	125
Tableau XVIII. Disponibilité pour des activités de communication envers un public non-spécialiste, par sexe, statut et faculté.....	126

Liste des encadrés

Encadré 1. Le public, cet inconnu	33
Encadré 2. « Science », « société » : l'enjeu des mots et des définitions	34
Encadré 3. Quelle relation science-société ?	36
Encadré 4. Images du public : entre citoyen et payeur d'impôts	37
Encadré 5. Rôles des scientifiques : communicateurs, gestionnaires, chercheurs.....	38
Encadré 6. Les autres activités de communication signalées par les répondants	42
Encadré 7. Les autres destinataires indiqués par les répondants	52
Encadré 8. Y a-t-il une « demande » de la part de la société ?	53
Encadré 9. Les autres obstacles signalés par les répondants	58
Encadré 10. Les scientifiques et les médias : une relation ambiguë.....	65
Encadré 11. La FBM et la société : un besoin mutuel	68
Encadré 12. Le Droit, entre praxis et confidentialité	70
Encadré 13. Les GSE et la nécessité de la proximité	71
Encadré 14. Les HEC, entre <i>accountability</i> et compétitivité	73
Encadré 15. Les Lettres : vendre son travail sans vendre son âme	74
Encadré 16. Les SSP : de la posture critique à la méfiance	75
Encadré 17. La Théologie, ou l'Université dans la Cité	77
Encadré 18. Compétences : vulgariser le savoir, savoir vulgariser	83
Encadré 19. Agences de moyens et communication large.....	84
Encadré 20. Quel est le « bon » format de communication ?	86

Résumé

Contexte de l'étude

La présente étude s'inscrit dans deux évolutions contradictoires relatives à la relation science-société :

- d'un côté, l'augmentation des attentes adressées aux scientifiques ces dernières années, en Suisse comme à l'étranger, en matière de communication scientifique dirigée vers un public non-spécialiste. Aujourd'hui, tout scientifique se doit de communiquer, de valoriser ses recherches auprès d'un public large, d'entrer en contact avec la population, de « dialoguer » avec la société ;
- de l'autre, les études sur la relation science-société, développées depuis les années 1970 principalement dans les pays anglo-saxons, sont traditionnellement centrées sur le versant « public » de la relation, entre autre par le biais de grandes enquêtes auprès de la population. Par contre, le versant des scientifiques a été négligé, en particulier leurs pratiques et leurs représentations en matière de communication avec un public non-spécialiste. Si, à l'étranger, de rares études ont vu le jour, en Suisse, une telle démarche n'avait jamais été menée à ce jour.

C'est dans ce contexte que l'Observatoire Science, Politique et Société (OSPS-SSP) de l'Université de Lausanne (UNIL) a lancé cette recherche-action portant sur le cas particulier des enseignants-chercheurs de l'*alma mater* vaudoise, avec le soutien d'Anthropos.

Objectifs

Loin d'une évaluation ou d'un *ranking*, cette étude est avant tout un inventaire des activités des enseignants-chercheurs de l'UNIL en matière de communication large*. Il s'agit plus précisément de répondre aux questions suivantes :

- ⇒ Quelles sont les *représentations* des enseignants-chercheurs en matière de relation science-société (rôle du scientifique, modèle de relation, image de la science) ?
- ⇒ Quelles sont leurs *activités* actuelles en matière de communication dirigée vers un public non-spécialiste ? Quelles sont les formes et les fréquences de ces activités ?
- ⇒ Quelles sont les *motivations* des enseignants-chercheurs, quels *obstacles* rencontrent-ils lorsqu'ils communiquent avec un public large ?
- ⇒ Quels sont les *destinataires* prioritaires de leurs activités de communication large et par quels *médiateurs* passent-ils ? Quelles sont leurs relations avec les *médias* ?
- ⇒ Quels sont les *souhaits* mais aussi les *craintes* des enseignants-chercheurs, au vu notamment des attentes croissantes qui leur sont adressées à cet égard ? Quelles sont les *mesures d'encouragement* qu'ils appuient et quelle est leur *disponibilité* en la matière ?

Notre hypothèse principale est que l'engagement public des enseignants-chercheurs prend des formes variées selon le profil des personnes concernées – principalement selon le statut et, en moindre mesure, le sexe – ainsi que selon le domaine de recherche. En effet, ce projet souhaite cerner le rôle des « cultures disciplinaires » dans la communication large.

Défini comme une recherche-action, ce projet comporte également des activités d'implémentation des résultats, parmi lesquelles l'organisation d'une demi-journée de restitution et de débats à l'UNIL qui s'est déroulée le 9 mai 2008.

Méthode et population cible

Les résultats de cette recherche sont issus de deux volets empiriques :

- des entretiens qualitatifs ont été menés auprès de membres de chacune des facultés et auprès des interfaces de communication de l'UNIL (une vingtaine d'entretiens en tout) ;
- pour le volet quantitatif, principal, un questionnaire on-line d'une trentaine de questions a été soumis à l'ensemble des enseignants-chercheurs de l'UNIL : au final, 810 personnes ont répondu, ce qui équivaut à un taux de réponses d'environ 30%.

* L'expression « communication large » est utilisée ici comme synonyme de « communication dirigée vers un public non-spécialiste », de même que « public large » renvoie au « public non-spécialiste ».

La population des « enseignants-chercheurs » a été définie d'une manière assez large : elle inclut, outre les enseignants de tout statut (Professeurs ordinaires, Professeurs associés, MER, Chargés de cours, PD, etc.), également les Assistants, les Doctorants, les Chargés de recherche et chercheurs, les Chefs de service, d'unité ou de projets, enfin les autres personnes engagées dans une activité d'enseignement et/ou de recherche au sein du PAT (Personnel administratif et technique) de l'UNIL.

Principaux résultats

Ce résumé présente de manière succincte les principaux résultats dégagés dans les chapitres 4 à 9 du rapport final.

Les enseignants-chercheurs de l'UNIL face à la société (chapitre 4)

L'étude a mis en évidence *un niveau de conscience très élevé* des enjeux sociaux de la science chez les enseignants-chercheurs de l'UNIL. Une écrasante majorité (9 répondants sur 10) estime important de communiquer avec un public non-spécialiste. L'image qui se dégage des réponses montre que, pour les enseignants-chercheurs, la science est bel et bien insérée dans la société : un taux d'adhésion très élevé au « devoir moral » de communiquer les implications sociales et éthiques de leur recherche à un public large (88%), à la nécessité de pouvoir résumer son travail à un non-spécialiste (87%), à la divulgation de la science sur un mode ludique (73%), enfin à la possibilité de faire un lien entre sa recherche et les préoccupations de la société (68%). A l'inverse, la vision « autonomiste » de la science – préconisant que les objets de recherche se définissent sans intervention de la société – ne trouve qu'une minorité de défenseurs (26%).

L'analyse des représentations des répondants montre aussi qu'une majorité d'entre eux inscrit la communication large dans une visée informative plutôt que dialogique. On note une variation selon les facultés : si la FBM, les Lettres, les HEC, les GSE et les SSP optent majoritairement pour l'information (même si les deux dernières facultés valorisent fortement l'idée d'une co-construction des savoirs avec la population), la Théologie et le Droit s'inscrivent plus fortement dans une idée interactive de débat public. Pour ce qui est de leur propre image, la grande majorité des enseignants-chercheurs (76%) se voient plutôt comme spécialistes ou experts d'un domaine en intervenant publiquement ; seule une minorité (un quart) se reconnaît dans le rôle du généraliste, donc de l'intellectuel qui nourrit le débat public, ou dans les deux rôles. La représentation du destinataire-type de cette communication varie également, pouvant aller d'un public-contribuable, à qui l'on donne un « retour sur investissement », à un public-citoyen qu'il s'agit d'« éclairer » ou, plus simplement, de renseigner en vue d'une votation sur un objet scientifique.

L'engagement public des enseignants-chercheurs (chapitre 5)

Cette vision globalement très « sociétale » de la science explique le *bilan particulièrement positif, bien que contrasté, des activités* entreprises par les enseignants-chercheurs de l'UNIL. A première vue, le tableau est particulièrement engageant : seule une minorité (12%) n'a mené aucune activité de communication dirigée vers un public non-spécialiste dans l'année témoin (2006-2007) et ce taux d'« inactifs » – par rapport à la seule communication large bien entendu – est bien moins important que celui des études menées à l'étranger, où il peut atteindre un quart, voire la moitié des chercheurs. Si l'engagement des enseignants-chercheurs vaudois est plus homogène que dans certaines études étrangères, précisons que cette différence s'explique partiellement par le fait que ces enquêtes portaient sur les sciences « dures » (biomédicales, ingénieur, etc.), alors que, dans notre étude, prévalent les sciences humaines et sociales, dont le lien avec la société et notamment les médias est, selon certains auteurs, globalement plus étroit. Cependant, une analyse détaillée a montré qu'une minorité d'« assidus » (20%) est responsable de plus de la moitié (55%) des activités de communication large.

Le niveau d'engagement varie selon le statut : les Professeurs et MER sont nettement plus actifs en matière de communication large que les autres statuts. Ainsi, s'ils ont fait 11.9 activités en moyenne par personne en 2006-2007, ce chiffre s'élève, par exemple, à 9.4 pour les Chefs de service et de projet et à 4.3 pour les Assistants et doctorants. Les femmes, sous-représentées parmi les statuts élevés et plus souvent à taux partiel, sont de ce fait moins actives que les hommes : elles ont fait en moyenne 5.2 activités dans l'année en question, contre 8.8 pour leurs collègues masculins.

On constate que *les activités traditionnelles* sont les plus réalisées par les enseignants-chercheurs : interventions lors de formations continues, conférences et cours publics, grands débats (la moitié des personnes environ ont entrepris au moins une activité de ce type l'année précédente). A l'inverse, les médiations plus récentes et plus interactives ou plus ludiques – mais aussi, souvent, plus « chronophages » – sont bien moins suivies, comme le fait de communiquer

ses résultats via un site Internet (moins d'un quart) ainsi que les Portes ouvertes, les cafés scientifiques ou encore les Passeports vacances (1 personne sur 7, voire moins).

Sans grande surprise, les personnes qui ont une vision plus « sociale » de la science, ont un engagement public plus important, alors qu'une vision « autonomiste » du travail scientifique tend à atténuer l'engagement public des chercheurs. Notre analyse a par ailleurs réfuté le cliché répandu d'un chercheur peu reconnu dans son champ qui chercherait à « compenser » du côté des médias. En effet, communication scientifique dirigée vers les pairs et activités de communication large peuvent s'exercer simultanément : plus on fait l'un, plus on excelle dans l'autre. Cependant, ce lien s'affaiblit avec l'âge et l'avancée dans la carrière académique.

Finalement, les *destinataires des activités* de la communication scientifique large, selon le niveau d'importance attribué par les répondants, s'avèrent pluriels, même si les Milieux professionnels liés au domaine du chercheur sont prépondérants, suivis des Décideurs et politique, des Membres de commissions d'experts hors UNIL et des Médias. Le Public non-spécialiste large, ou « homme de la rue », n'arrive qu'en 5^{ème} position, devant notamment les Enseignants et les Enfants ou jeunes. Les entretiens menés ont par ailleurs montré une conception très différente, notamment entre les facultés, du degré d'initiative de la société dans l'échange avec les scientifiques. Pour une faculté comme les GSE, les acteurs extra-universitaires sont fortement demandeurs de savoir, voire sont eux-mêmes des producteurs de connaissances spécifiques, ce qui implique une relation différente – davantage axée sur l'échange – entre l'université et la Cité.

Motivations et obstacles à la communication large (chapitre 6)

En accord avec les résultats précédents, la *motivation* la plus citée par les enseignants-chercheurs pour communiquer avec un public non-spécialiste est celle d'informer ou de renseigner le gens (7 personnes sur 10), loin devant celle de débattre ou de « conscientiser » le public (environ 40%). De manière intéressante, les motivations plus institutionnelles (image de la faculté, de l'unité ou de l'UNIL ; recrutement d'étudiants) sont moins citées. L'idée d'une prestation de service à la population ou la volonté de trouver des fonds de recherche sont peu citées (un quart des personnes). Mis à part la première, les motivations varient toutefois d'une faculté à l'autre et d'un statut à un autre. Cette diversité contribue à expliquer pourquoi les enseignants-chercheurs prennent la peine de communiquer leurs résultats à un large public, alors qu'ils identifient par ailleurs de nombreux obstacles à ces activités.

En effet, les enquêtés citent *de multiples obstacles relativement diffus* à la communication large, dont aucun toutefois ne prédomine. La raison classique du temps que ce type d'activités prend est un peu plus citée que d'autres (par un tiers seulement des personnes), devant le manque de valorisation dans le CV, mais aussi l'impression que ses recherches n'intéressent pas le grand public ou encore la crainte que les médias et politiques pourraient mal utiliser ses résultats. A noter que seule une petite minorité (7%) considère que ce type d'activités ne fait pas partie de son travail.

Médias, médiateurs, médiations (chapitre 7)

L'analyse des *médiateurs prioritaires* des enseignants-chercheurs révèle que ce ne sont pas les relais internes comme UNICOM (41%) ou les services de communication des facultés ou unités (34%) qui sont cités comme les plus importants, mais directement les médias et journalistes (60%).

L'analyse de *ce médiateur un peu particulier que sont les médias* a montré une relation complexe des enseignants-chercheurs avec ceux que l'un d'entre eux a appelé la « *porte d'entrée principale* » vers la société. Les personnes interrogées critiquent souvent le manque de contrôle sur le processus de communication médiatique, l'agenda particulier des médias, la tendance à la simplification et la recherche du *scoop*, voire la « *tentation* » qu'ils peuvent représenter pour les chercheurs. Pourtant, la grande majorité des enseignants-chercheurs ont répondu présent à l'appel des médias (trois quarts des sollicitations ou 1.8 fois par individu en 2006-2007).

La sollicitation des journalistes suit le principe suivant : plus le statut de l'enseignant-chercheur est élevé, plus il sera sollicité par les médias. Ainsi, si seuls 19% des Professeurs et MER n'ont jamais été sollicités par un journaliste dans l'année en question, c'est le cas de 56% des Chargés de recherche et de 71% des Assistants et doctorants. Par contre, les statuts moins sollicités ont tendance à accepter plus souvent. On voit ainsi s'opposer des statuts qui, souvent sollicités, peuvent davantage choisir, tout en bénéficiant au final d'une bonne présence médiatique, et d'autres groupes qui, moins sollicités car moins légitimes aux yeux des médias, acceptent proportionnellement plus souvent, mais pour une présence médiatique moindre. La part de individus jamais sollicités en 2006-2007 est plus élevée chez les femmes (59%) que chez les hommes (39%).

L'étude a par ailleurs montré que le « réflexe médias » n'est pas encore très répandu parmi les enseignants-chercheurs de l'UNIL. Ainsi, à la fin d'une recherche, seuls 10% des répondants indiquent les contacter « en général », tandis que pas moins de 60% ne le font en général pas. Même parmi les PO/MER, presque la moitié (46%) ne le fait pas, peut-être parce qu'ils sont plus souvent sollicités.

Cultures disciplinaires : les facultés et leur engagement (chapitre 8)

L'analyse des pratiques et des représentations dans la communication large au sein des différentes facultés de l'UNIL confirme le poids des « cultures disciplinaires » en la matière, définies par les spécialistes comme les attitudes, standards et schèmes de comportements communs aux membres d'une même discipline. Les sept « portraits » de faculté brossent le tableau d'un engagement public aux accents disciplinaires variés, comme la « culture de la communication » de la FBM souvent relevée, le volontarisme de la plus petite des facultés, la Théologie, ou encore la posture critique voire méfiante des SSP envers la communication large et ses mécanismes. Les données, notamment les entretiens, suggèrent également des contraintes spécifiques à chaque domaine et/ou aux objets étudiés, comme la confidentialité en Droit ou, à un autre niveau, la forte proportion d'enseignants-chercheurs non francophones en HEC.

L'avenir de la communication : attentes et mesures (chapitre 9)

Souvent évoquée dans la littérature, *la question du manque de valorisation* des activités de communication large s'avère plus complexe que prévue. En effet, ce qui ressort de l'avis des répondants au sujet des *attentes croissantes* qui leur sont adressées en matière de communication large, est un problème de valorisation moins horizontale, par rapport aux collègues (seul 5% estiment que les collègues le voient d'un mauvais œil), que verticale. La demande croissante de communication de la part de la hiérarchie, perçue en soi comme légitime, provoque quelques réactions puisque ces activités ne sont, selon les termes de l'un des interviewés, « *absolument pas valorisées dans le monde scientifique* », notamment par la hiérarchie universitaire, que ce soit dans l'emploi du temps des chercheurs, les dossiers de candidature et de projets ou encore dans l'évaluation des unités. Cette dissonance étonne et déçoit bon nombre d'enseignants-chercheurs.

Parmi les mesures qui pourraient encourager les répondants à communiquer davantage à un public non-spécialiste, sont citées avant tout la mise en place d'une politique plus active de la part de la faculté ou de l'unité (70%) ou au niveau de l'UNIL dans son ensemble (63%). L'allocation de moyens supplémentaires (66%), d'heures de décharge (51%) mais aussi la prise en compte de ces activités dans les dossiers de candidats à l'UNIL (49%) viennent ensuite. Par ailleurs, l'étude révèle que la grande majorité des enseignants-chercheurs (9 personnes sur 10) n'a jamais suivi de cours ou stage pour apprendre à communiquer avec un public large, mais un peu moins de la moitié (44%) se verrait suivre un stage de ce type.

Les trois quarts des personnes interrogées estiment que des agences comme le FNS devraient davantage reconnaître ou encourager les activités de valorisation large effectuées ou prévues dans des projets de recherche qu'elles financent.

Finalement, on peut dire que l'UNIL dispose de ressources pour la communication large: une grande majorité des répondants serait disposée à écrire un article de vulgarisation scientifique, donner une conférence publique, communiquer ses résultats à un journaliste ou encore participer à un grand événement d'information scientifique (environ 8-9 personnes sur 10), le fait de participer aux Portes ouvertes ou à un festival scientifique étant choisi par la moitié des individus.

Conclusion et recommandations

Le chapitre 10 du rapport offre une analyse transversale et synthétique des résultats. Les principales tendances en termes de statut, de sexe et d'âge des enseignants-chercheurs sont mises en perspective. D'une manière générale, cette étude a permis de dégager *cinq paradoxes* de la communication large :

- communiquer avec un large public est jugé très important, mais cela ne donne pas lieu à un volume d'activités en conséquence de la part de tous les enseignants-chercheurs ;
- on communique volontiers avec un public non-spécialiste, alors même que les obstacles sont nombreux et diffus ;
- plus on communique pour les pairs, plus on le fait à l'attention du public large ;

- dans la communication large comme ailleurs, on donne davantage à ceux qui ont déjà ;
- il faut communiquer avec un public large, mais ce n'est pas valorisé.

Sur la base de ces paradoxes et de l'ensemble des résultats et réflexions de l'étude, ce chapitre conclusif propose également quelques *recommandations*. La communication science-société est apparue comme une nécessité, mais aussi comme une opportunité que l'UNIL, particulièrement active dans ce domaine, a déjà largement saisie. Compte tenu de la multiplication des initiatives d'ouverture de l'UNIL et de la dynamique déjà instaurée, l'ensemble de ces propositions vise à une *consolidation de la « culture de la communication » entre les partenaires du dialogue science-société au sein de l'UNIL*. Ces recommandations sont regroupées dans 4 catégories, en fonction de leur niveau d'action (l'institution, les enseignants-chercheurs) ou selon qu'elles portent sur les modalités de la relation science-société ou sur les publics cible.

Au niveau institutionnel :

- ⇒ ***Renforcer la coordination en matière de communication large entre les échelons de l'UNIL.***
- ⇒ ***Diversifier les échanges avec les médias.***
- ⇒ ***Revaloriser la dimension science-société dans l'évaluation des dossiers de personnes et des unités.***
- ⇒ ***Concevoir des mesures pour augmenter la visibilité des femmes parmi les enseignants-chercheurs dans l'espace public.***
- ⇒ ***Reconsidérer les budgets dédiés à la communication et à la relation science-société.***
- ⇒ ***Institutionnaliser l'évaluation et le suivi des efforts science-société de l'UNIL.***

Au niveau individuel :

- ⇒ ***Motiver les plus jeunes enseignants-chercheurs à aller à la rencontre de la Cité.***
- ⇒ ***Améliorer l'information et la formation des enseignants-chercheurs, notamment leurs compétences de communication et leur connaissance des publics.***
- ⇒ ***Elaborer une stratégie dans le sens d'un partage des tâches en matière de communication entre les différentes catégories d'enseignants-chercheurs.***

Au niveau des modalités de dialogue :

- ⇒ ***Valoriser l'information dans la communication envers un public large.***
- ⇒ ***Renforcer les activités qui relèvent du débat et de la coproduction des savoirs.***
- ⇒ ***Intensifier la stratégie de communication large via les TIC.***

Au niveau des publics-cible :

- ⇒ ***Favoriser l'usage de supports « mixtes » permettant une communication multi-publics.***
- ⇒ ***Intensifier les activités de communication dirigées vers les plus jeunes.***

1. Introduction

La science et les technologies modernes influencent de manière considérable et croissante la vie de tous les jours. Des domaines centraux tels que la santé, le travail, l'éducation ou la communication sont façonnés, pour ne pas dire redéfinis, par les développements de la recherche de pointe. Cet impact sans précédent suscite des espoirs au sein de la population, mais aussi des inquiétudes. La relation entre la science et la société est donc progressivement devenue, depuis l'après-guerre, un thème important pour les scientifiques, mais aussi pour les pouvoirs publics¹.

1.1 Contexte de l'étude

Les études sur la relation science-société, qui se sont développées depuis les années 1970 principalement dans les pays anglo-saxons, ont largement privilégié le versant « public » dans la relation science-société, entre autres par le biais de grandes enquêtes sur la population (Boy, 2006 ; Bauer, Allum et Miller, 2007). Par contre, le pôle des scientifiques² a été négligé, en particulier leurs pratiques et leurs représentations en matière de communication avec un public large. En Suisse, la question n'avait à ce jour pas fait l'objet d'étude³. C'est pour combler cette lacune que nous avons défini ce projet portant sur le cas spécifique des enseignants-chercheurs de l'UNIL⁴.

L'Observatoire Science, Politique et Société (OSPS) de l'Université de Lausanne (UNIL) s'est préoccupé dès 1999 des enjeux science-société à travers notamment des analyses d'enquêtes d'attitudes envers la science (Crettaz von Roten, 2004 ; 2006) et des évaluations de différentes éditions du Festival Science et Cité en Suisse (Hof, Crettaz de Roten, Merz et Leresche, 2001 ; Crettaz de Roten, Hof et Moeschler, 2003 ; Moeschler, Crettaz von Roten, Leresche, 2006). Financée par le programme Anthropos-UNIL et menée entre mai 2007 et avril 2008, la présente recherche sur l'engagement des scientifiques envers la Cité s'inscrit dans le même axe de préoccupations.

Le besoin pour une telle étude se faisait d'autant plus ressentir que les attentes dirigées envers les scientifiques en la matière se sont considérablement accrues ces dernières années, à l'étranger comme en Suisse.

1.2 Des attentes publiques croissantes au niveau international

Ces vingt dernières années, les attentes adressées aux chercheurs en matière de communication envers le public ont profondément changé. Face à l'augmentation des attitudes négatives envers la science dans la population, il y a une vingtaine d'années, les pouvoirs publics ont cherché des solutions. Walter Bodmer présenta dans son rapport éponyme de 1985 une analyse et une solution qui furent largement adoptées : les attitudes envers la science découlent d'un déficit de connaissances scientifiques, il faut donc demander aux scientifiques de

« learn to communicate with the public, be willing to do so and consider it your duty to do so ».

Le rapport Wolfendale, publié dix ans plus tard, reconnaissait de manière plus pragmatique que la mise en place d'incitations était nécessaire⁵. La communication envers un public large devint

¹ Dans la suite de ce document, le mot « science » se réfère à tous les domaines de recherche, qu'ils relèvent des sciences exactes ou humaines.

² Nous entendons par « scientifique » ou « chercheur » toute personne entreprenant des activités de recherche dans un cadre professionnel.

³ Traditionnellement, les études sociales des sciences sur les scientifiques portent essentiellement sur les activités scientifiques, les pratiques ou les carrières.

⁴ Cette dénomination désigne toutes les personnes qui, pour au moins une partie de leur temps de travail, sont actives dans l'enseignement et dans la recherche. Pour simplifier le texte et la lecture, mais aussi par souci de garantir l'anonymat des personnes interrogées, tous les mots se référant à des personnes sont au masculin.

⁵ Ces deux rapports sont repris par Pearson, Pringle et Thomas (1997 : 279-280).

alors une priorité et les rapports ou manuels se multiplièrent, témoignant d'un réel souci de la part des pouvoirs publics (Felt, 2001).

Par la suite, il fut préconisé non seulement d'informer mais de débattre avec la population. Ainsi, au Portugal, le ministère de la science a attribué, en 1995, 5% de son budget de recherche à des activités de *Public Understanding of Science* (PUS). En Grande-Bretagne, un rapport parlementaire paru en 2000 préconisa le recours au débat avec la population pour restaurer la confiance envers la science (House of Lords, 2000), et de nombreux manuels conseillèrent d'« abattre les barrières » entre la communauté scientifique et le public pour instaurer un échange⁶. En Angleterre toujours, un *White Paper* intitulé « *Science and Society* », publié en 2000, stipulait que la communication scientifique inclue un « *engagement between scientists and the public* » (Wellcome Trust, 2001). Au Danemark, un *Act on Universities* de 2003 mit l'accent sur la communication scientifique comme obligation universitaire au même titre que l'enseignement ou la recherche (Nielsen, Kjaer et Dahlgaard, 2007 : 1-2). Désormais, l'engagement public peut être inscrit dans les cahiers des charges des scientifiques : en Suède, la troisième mission attribuée aux universités est l'engagement envers la société. Au niveau européen, la Commission européenne définit « science et société » comme une thématique de recherche dès le 6^{ème} programme-cadre et les performances dans ce domaine firent l'objet d'une évaluation en 2002 (European Commission, 2002). Enfin, aux Etats-Unis, le National Science Foundation (NSF) a défini un nouveau critère d'évaluation des projets en 1997 et demande depuis aux dépositaires d'un projet de démontrer, à côté de la valeur intellectuelle, le « *broader impact on society* »⁷.

Aujourd'hui, tout scientifique se doit de valoriser ses recherches auprès d'un public large, d'entrer en contact avec la population, de « dialoguer » avec la société. Sommés de sortir de leur « tour d'ivoire », les chercheurs – notamment ceux employés par des institutions publiques – se doivent maintenant de s'engager dans la Cité ; on leur demande de prendre en compte les dimensions sociétales de leur travail et de faire entrer la science dans ce que Nowotny, Scott et Gibbons (2003) appellent l'« *agora* », ce nouvel espace public où se mêlent la science et la société.

Cette évolution est perceptible en Suisse également. En 1998, la Fondation Science et Cité est créée, notamment suite au vote sur le génie génétique ; son objectif est de favoriser « le débat constructif, la compréhension réciproque et l'interaction permanente entre le monde scientifique et la société civile », notamment via les festivals du même nom⁸. A Lausanne, la Fondation Verdan-Musée de la Main œuvre à une « culture scientifique, médicale et artistique » depuis cette même année⁹. L'Université de Lausanne a également entrepris des actions dans ce sens, dont la création de l'Interface sciences-société, l'organisation de journées portes ouvertes, la réorganisation institutionnelle des services de communication et de son identité visuelle, la création du projet Anthropos, enfin l'inscription de l'objectif prioritaire de « renforcer l'interaction entre l'UNIL et la Société » dans son plan stratégique 2006-2011 (UNIL, 2006 : 29)¹⁰. Au niveau suisse, le Fonds national pour la recherche a récemment mis l'accent sur la compétence en matière de communication des résultats des recherches aux médias.

1.3 Objectifs de l'étude : une recherche-action à deux volets

Le but de ce rapport est d'étudier les pratiques et les représentations des scientifiques dans leur relation avec la société à partir du cas particulier de l'UNIL. Il s'agit d'apporter des éléments constructifs, du point de vue scientifique et pratique, tant en termes d'accumulation de connaissances nouvelles que d'aide à la décision, voire de la formation des principaux destinataires : responsables académiques, spécialistes de la communication, sans oublier les enseignants-chercheurs eux-mêmes. Etant menée pour la première fois en Suisse et à l'échelle d'une institution, cette étude a un caractère exploratoire donc les résultats obtenus devront être confirmés par des études ultérieures.

S'agissant d'une recherche-action, la démarche se décline en deux volets. L'objectif du **volet scientifique** de ce projet est d'explorer et de tester de manière systématique un certain nombre

⁶ Cf. par exemple Research International (2000). *Science and the Public : Mapping Science Communications Activities* et Research Councils UK (2002). *Dialogue with the Public. Practical Guidelines*.

⁷ Pour plus de détails, voir l'URL <http://www.nsf.gov/pubs/gpg/broaderimpacts.pdf>

⁸ Voir le site Internet de la Fondation : www.science-et-cite.ch/stiftung/fr.aspx.

⁹ Voir le site www.verdan.ch.

¹⁰ Le document est consultable à l'adresse www.unil.ch/central/page12869.html.

d'éléments problématiques et de pistes de réflexion issues des quelques études menées à l'étranger en la matière. En effet, l'évolution des interactions science-société et l'exigence de plus en plus faite aux chercheurs de s'adresser à la Cité, ouvrent un vaste champ d'interrogations :

- Il s'agit tout d'abord de cerner les *modalités d'activités*, les formes multiples que peut prendre l'engagement public des scientifiques. Quelles sont leurs activités effectives, mais aussi souhaitées, de communication vers la Cité ? A qui pensent-ils s'adresser par ce genre d'activités ?
- La *disposition* des chercheurs à entrer en contact avec un public large semble aller de soi ; cette exigence soulève pourtant la question de la disponibilité des chercheurs, dans le contexte d'un emploi du temps déjà très chargé. La communication envers un public large se fait-elle au détriment de celle pour les pairs ? Quelles sont leurs attitudes envers l'engagement public, quelles sont leurs représentations en la matière ?
- La *valorisation* de ces activités au sein du champ académique peut également poser problème : l'engagement public est-il valorisé, ou dévalorisé en tant qu'activité annexe qui « parasiterait » l'activité principale des chercheurs ?
- Les *compétences* des scientifiques en la matière soulèvent des questions : se sentent-ils compétents pour assumer une telle tâche ? Un bon chercheur est-il forcément un bon communicateur ? La question se pose notamment dans le contexte d'une recherche de pointe de plus en plus difficile à rendre intelligible, ne serait-ce que d'un domaine scientifique à un autre.
- La question d'un *encadrement*, voire d'une *médiation* pour les activités de communication des scientifiques se pose : disposent-ils d'un encadrement approprié ou suffisant ?
- Plus profondément, les *ressorts* de la communication large effectuée par les chercheurs doivent être étudiés. Quels sont les motivations et les obstacles signalés, quels sont les souhaits, mais aussi les réticences, voire les craintes des chercheurs en la matière ?
- Finalement, les *définitions* du « dialogue science-société » du point de vue des scientifiques doivent être explorées. Comment définissent-ils des notions telles que la « science », la « société » et la relation que ces deux entités entretiennent ou sont censées entretenir ?

Précisons d'entrée que la présente étude n'est pas une évaluation visant à établir un *ranking* entre les différents groupes de scientifiques (selon le statut, l'âge ou le sexe) ou les différentes facultés. Il s'agit plutôt ici de cerner des spécificités dans l'engagement public des enseignants-chercheurs de toutes les facultés de l'UNIL. Loin des stéréotypes, ce sont donc des accents, des colorations différentes d'un même engagement dans le dialogue science-société qu'il s'agit de décrire par cette étude.

Ce projet a aussi été conçu comme intimement lié à la pratique. Un **volet de transfert** impliquait la transmission des connaissances acquises dans la recherche vers les unités de l'UNIL chargées de la communication et vers les scientifiques via des activités multimodales. Dans cette optique, à l'issue de la recherche, une demi-journée de restitution et de réflexion réunissant des scientifiques ainsi que les acteurs de l'UNIL impliqués dans l'interaction science-société a été organisée le 9 mai 2008.

1.4 Un projet interdisciplinaire

Visant à décrire les pratiques et les représentations des enseignants-chercheurs en matière de dialogue science-société de toutes les disciplines représentées à l'UNIL, ce projet de recherche-action est intrinsèquement interdisciplinaire. La littérature montre que les tendances de l'engagement public des scientifiques varient fortement selon le profil des chercheurs : sexe, âge ou statut académique. Outre cette approche sociodémographique assez classique, c'est la perspective interdisciplinaire qui nous intéresse plus particulièrement.

Cette étude vise à établir le rôle de ce que l'on appelle ici les « *cultures disciplinaires* » sur l'engagement public des chercheurs. Il s'agit de décrire et comprendre les spécificités disciplinaires concernant les moteurs et les motivations, mais aussi les craintes et les obstacles dans l'engagement public des scientifiques. Cette étude cherche à vérifier si les efforts de valorisation à entreprendre, mais aussi déjà entrepris, la nature des activités du domaine de recherche concerné et leur potentiel de vulgarisation, et la « culture » en matière de dialogue science-société, divergent fortement d'un domaine à l'autre. Nous faisons notamment l'hypothèse que les conceptions de la relation science-société et, par là, les conceptions de l'engagement public défendues par les scientifiques varient d'une discipline à l'autre. S'il y a un effet

« discipline », on doit se demander si l'influence des variables indépendantes « classiques » varie selon la discipline scientifique concernée. A un niveau plus pratique, l'idée n'est assurément pas d'établir un classement mais de confronter les formes d'engagement public identifiées dans chaque discipline afin d'établir des synergies de savoir-faire en la matière.

Interdisciplinaire par la population étudiée et ses hypothèses, ce projet l'est aussi dans sa mise en œuvre et son organisation. Afin d'assurer un lien étroit avec les différents domaines scientifiques, un groupe d'accompagnement a été créé. Cette plate-forme comprenait des représentants des différentes facultés de l'Université de Lausanne ainsi que des personnalités actives dans la relation science-société au niveau régional ou national¹¹. Cette plate-forme a été mobilisée à des moments-clé du projet, son rôle consistant à apporter des *inputs* sur l'engagement des scientifiques et sur les cultures des disciplines auxquelles ils appartiennent.

1.5 Plan du rapport

Ce rapport comprend dix chapitres. Après l'introduction, il s'agit de poser quelques jalons théoriques et empiriques qui permettent de mieux cerner la problématique générale de la relation des scientifiques avec la Cité et de leur engagement public (chapitre 2). Le troisième chapitre expose la méthodologie suivie et les données utilisées : démarche, construction de la population des « enseignants-chercheurs », profil des répondants. Les résultats et analyses sont présentés à partir du quatrième chapitre : les représentations des enseignants-chercheurs de l'UNIL en termes notamment de modèles de communication et de rôle à jouer dans l'espace public (chapitre 4) ; l'inventaire de l'engagement public des enseignants-chercheurs, en établissant une typologie de scientifiques et en analysant le lien entre communication dirigée vers un public non-spécialiste et celle dirigée vers les pairs, enfin la liste des destinataires prioritaires de cette communication (chapitre 5) ; les motivations et les obstacles à la communication scientifique (chapitre 6) ; les médiateurs – notamment les médias – de cette communication (chapitre 7). Le chapitre suivant approfondit la question des « cultures disciplinaires », en dégagant des profils d'engagement spécifiques à chacune des sept facultés de l'UNIL (chapitre 8). Après la description de quelques autres aspects de la communication dirigée vers un public non-spécialiste, notamment le rapport des scientifiques à l'« injonction ou à l'impératif » de communiquer, mais aussi les mesures possibles et les souhaits en la matière (chapitre 9) ; le dernier chapitre présente, outre la conclusion, des recommandations (chapitre 10).

¹¹ La liste des membres du groupe d'accompagnement se trouve à l'annexe A.

2. Les scientifiques et la Cité : éléments de problématique

Si le versant des scientifiques dans la relation science-société n'a été que peu étudié par le passé, quelques travaux théoriques et les rares recherches menées à l'étranger permettent tout de même de dessiner quelques tendances concernant les pratiques et les représentations des scientifiques en matière de dialogue science-société et, plus précisément, de communication envers un public non-spécialiste¹². Sur cette base, nous avons établi la problématique de la recherche et formulé nos hypothèses sur les facteurs explicatifs de l'engagement des scientifiques. Ce chapitre vise à présenter succinctement ces éléments.

2.1 Les scientifiques dans le dialogue science-société, un point aveugle

Souvent thématiques sur le mode du « divorce » dans la littérature et dans les médias (Bensaude-Vincent, 2003), les relations entre science ou scientifiques et la société sont devenues un terrain d'études important dans le champ de l'étude sociale des sciences. Dans la foulée des efforts *PUS* (pour « *public understanding of science* ») nés en Grande-Bretagne au milieu des années 1980, un corpus d'études désormais conséquent s'est intéressé à la question de l'échange entre les scientifiques et la population. Des publics cible ont été identifiés, qu'il s'agit de viser prioritairement dans les activités *PUS* (les femmes, les jeunes, les personnes de formation modeste) ; les types de manifestations ou de lieux les plus appropriés pour atteindre ces sous-groupes de la population ont été déterminés¹³.

Cependant, la plupart de ces études se sont bornées à décrire le versant « public » de la relation science-société. Le pôle des scientifiques a été largement négligé, si bien que l'on peut parler d'un point aveugle de ces recherches. Comme le regrette Kyvik (2005: 289) :

« while many studies have documented how much time university faculty use for teaching, research and administration at their institution, how many students they teach and supervise, and how many scientific and scholarly publications they produce, hard facts on how and to what extent faculty pay service to society beyond the faculty role are largely missing ».

Les quelques études entreprises sur l'engagement des scientifiques se sont par ailleurs souvent limitées à la frange des chercheurs déjà engagés dans des activités de communication, en laissant de côté leurs collègues plus réticents¹⁴. Cette lacune est en passe d'être comblée. Gascoigne et Metcalfe (1997 : 266) observaient, également il y a dix ans, que si l'on avait certes mesuré les activités, on ne s'était pas intéressé aux avis et aux représentations des chercheurs en la matière. Tout récemment, une étude danoise (Nielsen, Kjaer et Dahlgard, 2007 : 1) a observé que la question était loin d'être épuisée : « *there is still much to be done with respect to understanding the complex relations between scientists, science communication and the public understanding of science* ».

2.2 De la rhétorique aux pratiques

La communication envers un public non-spécialiste est en général reconnue comme importante par les scientifiques. L'étude à grande échelle menée il y a quelques années en Grande-Bretagne auprès de chercheurs dans le domaine biomédical a montré que 84% d'entre eux sont d'accord

¹² La question de la dénomination du cercle de destinataires de la communication « large » des scientifiques se pose notamment dans le contexte d'une recherche scientifique de pointe de plus en plus difficile à rendre intelligible ne serait-ce que d'un domaine à l'autre (Shinn et Whitley, 1985). Dans cette perspective, toute personne qui n'est pas située dans le cercle plus ou moins restreint des « pairs » fait partie du public non-spécialiste. C'est pour cette raison que, alors que certaines études font simplement référence au « *public* » (Vetenskap & Allmänhet, 2003), d'autres parlent plus précisément du « *non-specialist public* », solution que nous avons retenue, dans le sens de toutes les personnes qui ne font pas partie des « pairs » du domaine concerné. Par souci d'économie, l'expression « communication large » sera parfois utilisée comme synonyme dans la suite de ce rapport. Pour la même raison, « public large » pourra remplacer « public non-spécialiste ».

¹³ Cf., par exemple, Research Councils UK (2002 : 46 sq.).

¹⁴ Cf., par exemple Pearson, Pringle et Thomas (1997) et leur enquête anglaise menée sur les scientifiques ayant participé à une action de communication dans un grand magasin.

(45% le sont même fortement) que les scientifiques ont le devoir de communiquer leurs recherches et leurs implications au public non-spécialiste (Wellcome Trust, 2001). En 2003, neuf chercheurs suédois sur dix (tous domaines) pensaient qu'il était intéressant et important de dialoguer avec le public (Vetenskap & Allmänhet, 2003). Récemment, plus des deux tiers des chercheurs en sciences exactes et ingénieurs anglais interrogés estimaient que les scientifiques avaient le devoir moral de s'engager auprès du public non-spécialiste pour communiquer les implications sociales et éthiques de leurs recherches (Royal Society, 2006).

Si l'importance de communiquer avec la société est en général largement admise par les scientifiques, les activités effectivement entreprises par les chercheurs donnent une image moins optimiste de la situation : la mesure du degré de participation des scientifiques aux différents types d'activités de communication en direction d'un public non-spécialiste a souvent révélé des tendances étonnamment modestes. Cette proportion d'actifs varie toutefois selon le pays et les disciplines couvertes par l'enquête. Une étude menée en Suède sur des chercheurs de toutes les disciplines montre que si 93% des chercheurs sont complètement ou largement d'accord qu'il est utile pour le public de dialoguer avec les chercheurs, seulement 36% ont parlé de leur recherche dans l'année « *with people from the public* » (Vetenskap & Allmänhet 2003 : 9). Une étude française sur l'ensemble des chercheurs du CNRS¹⁵ a mesuré un taux d'actifs de 49% en la matière sur trois ans (Jensen et Croissant, 2007). En Grande-Bretagne, pays pionnier du mouvement PUS, 74% des scientifiques des sciences exactes et des ingénieurs avaient participé à au moins une activité de communication large durant l'année écoulée, soit une augmentation de 12% depuis 2000 (Royal Society, 2006).

La poursuite des différentes activités de communication large suit des variations nationales, comme par disciplines. Les chercheurs en biomédecine interrogés par le Wellcome Trust (2001 : 36) avaient participé en nombre aux portes ouvertes de leur institution, bien implantés à la fois dans ce pays et dans ces domaines (24%), parlé dans des écoles (21%), et parlé avec des journalistes TV/radio (15%) ou de la presse (14%), voire parlé eux-mêmes à la TV/radio (12%), ou encore donné des conférences pour un public large (11%) ; par contre, les activités plus coûteuses en temps étaient moins suivies : seuls 7% avaient publié un article de vulgarisation scientifique, 8% écrit pour la presse ; au final, tout de même 44% des chercheurs n'avaient fait aucune de ces activités (ibid.). Une étude plus récente, menée dans ce même pays mais seulement auprès de scientifiques et ingénieurs (Royal Society, 2006 : 10, 26) a là encore montré une très bonne participation aux portes ouvertes (56%), mais des taux de participation moins importants pour les autres activités : 30% d'activités avec les écoles, 40% de *public lecture*, 20% de dialogue ou débat, 12% d'interviews par la radio et 23% par un journal.

Les études révèlent également une grande hétérogénéité du degré d'activité parmi les chercheurs : de fait, une minorité peut se prévaloir d'une grande partie des activités effectuées. Selon une l'enquête anglaise récente, 26% des scientifiques ne réalisent pas d'activité de communication large ; 63% ont une activité basse à moyenne (1-10 activités par an) et 11% beaucoup (plus de 10 ; Royal Society, 2006). En France, 5% des scientifiques les plus actifs effectuent la moitié des activités (Jensen et Croissant, 2007). Une récente étude norvégienne trouve, elle aussi, de fortes inégalités d'engagement: 6% du corps universitaire stabilisé est responsable de la moitié des articles de vulgarisation, et 4% de la moitié des contributions à des débats publics (Kyvik, 2005).

Par ailleurs, certaines études se sont intéressées au lien entre communication dirigée vers un public non-spécialiste et celle à l'intention des pairs. En effet, un des arguments souvent avancés par les scientifiques pour justifier leur faible engagement dans des activités de communication plus large est le temps que celles-ci prennent par rapport aux activités qu'ils considèrent comme prioritaires, comme la publication de livres ou d'articles et la participation à des colloques. Un autre argument voudrait que ce sont des chercheurs moins assidus, ou qui ont eu moins de succès, dans le champ scientifique qui s'adonnent à la communication large. Dans son étude sur la télévision, Bourdieu (1996 : 76) estime qu'« elle [la télévision] abaisse le droit d'entrée dans un certain nombre de champs, philosophique, juridique, etc. : elle peut consacrer comme sociologue, écrivain, ou philosophe, etc., des gens qui n'ont pas payé le droit d'entrée du point de vue de la définition interne de la profession ». L'étude norvégienne mentionnée plus haut montre que les scientifiques productifs sont plus actifs dans la communication avec un public large : les chercheurs qui ont fait des activités PUS ont publié 37% de plus de textes scientifiques

¹⁵ Le Centre National pour la Recherche Scientifique comprend huit départements scientifiques, allant des sciences exactes aux sciences sociales et humaines.

que les autres (Kyvik, 2005 : 304-305). Autrement dit, plus on publie scientifiquement, plus on s'adresse au public large.

De fait, la valorisation des activités de communication dirigées vers un public non-spécialiste semble poser problème dans l'emploi du temps des scientifiques, mais aussi au sein des institutions. En 1997, Gascoigne et Metcalfe relevaient déjà que, pour les chercheurs, il s'agit là d'une activité qui est « *not a basic part of their work* », et qui est neutre ou même négative pour leurs projets de carrière (1997 : 267). La situation ne semble pas avoir fondamentalement changé : récemment, l'étude menée par la Royal Society a montré, dans sa partie qualitative, que les chercheurs voyaient la communication envers un public large comme altruiste et comme ne faisant pas partie du centre de la vie académique (2006 : 11). A travers la définition du rôle du scientifique, c'est de fait toute l'économie symbolique de la science (pour ce qui est des publications, mais aussi des carrières et des postes) qui est en jeu. Kyvik (2005 : 293) rappelle que le « *reward system* » de la science n'encourage pas à s'engager dans la communication avec un public large, les scientifiques pensant même qu'un tel engagement peut compromettre leur carrière académique. Sur la base de différentes études sur cet aspect, Kyvik constate (ibid.) :

« *dissemination of knowledge to a lay public is at best a subsidiary activity that does not enhance, and may actually decrease, a researcher's scientific reputation and prestige* ».

Lui-même (2005 : 294) n'exclut d'ailleurs pas qu'une survisibilité dans le champ médiatique peut découler d'une « *invisibility in the scientific community* ».

2.3 Des motivations et des obstacles

Au vu des divers degrés de participation des scientifiques aux différents types d'activités de communication dirigée vers un public non-spécialiste, les motivations et les obstacles des scientifiques ont intéressé les chercheurs. Pearson, Pringle et Thomas (1997 : 280) relevaient qu'en comprenant les moteurs et les freins des scientifiques, on pourrait changer la situation :

« *if scientists are to be encouraged to present their work to the public it is crucial to find out what inspires them, what encourages an demotivates them to be involved, and what benefits they can expect* ».

On connaît aujourd'hui un peu mieux les motivations et les obstacles des scientifiques dans la communication avec un public non-spécialiste. En 1997, Gascoigne et Metcalfe avaient décrit les trois motivations majeures citées par les chercheurs pour communiquer¹⁶ : l'obtention de soutien pour des financements, le maintien d'une bonne image de la corporation et le devoir d'informer le public large sur ses activités et/ou les dépenses effectuées (1997 : 267). L'enquête menée par le Wellcome Trust (2001 : 31) sur le domaine biomédical dégage des motivations ou « *benefits* » un peu différents : ainsi, un tiers des chercheurs interrogés estimait que cela aidait leur carrière et un petit tiers que cela aidait à trouver des fonds de recherche ; un gros cinquième parlait d'« *enjoyment* »¹⁷ ; 15% pensaient à « *advancing the role of science* », tandis que 11% y voyaient une possibilité d'améliorer leurs compétences communicationnelles. Récemment, l'étude de la Royal Society (2006 : 28) a trouvé la volonté d'informer la population (35%) comme première motivation des chercheurs en sciences exactes et ingénieurs, loin devant la volonté de contribuer au débat sur les sciences et la technique (11%) et la motivation de rendre compte des dépenses publiques (10%). Si l'on retrouve des constantes (notamment la recherche de financements ou la justification des dépenses publiques), les motivations mises en avant varient globalement selon le type de chercheur interrogé et le domaine concerné.

L'image est encore moins uniforme quand il s'agit des obstacles à la communication envers un public non-spécialiste. Certes, un élément récurrent est le temps pris par ce genre d'activités¹⁸. Mais, pour le reste, c'est plutôt l'hétérogénéité des obstacles mis en avant selon l'accent spécifique des différentes études qui frappe. Les obstacles relevés par l'enquête du Wellcome Trust (2001) sont, à côté des 60% des chercheurs interrogés manquant de temps pour

¹⁶ En l'occurrence, l'étude, sur 178 personnes travaillant dans le CSIRO, le pendant australien du CNRS, portait plus particulièrement sur la communication avec les médias.

¹⁷ L'étude de Pearson, Pringle et Thomas (1997 : 279), sur des chercheurs ayant participé à une activité dans un centre commercial à Bristol, rapporte que les scientifiques parlent d'une expérience « *enjoyable* » et d'un « *team-building exercise* ».

¹⁸ Pearson, Pringle et Thomas (1997 : 284) évoquent le manque de temps, en se référant toutefois ici plus particulièrement aux activités de type « *stand d'information* », qui demandent un temps de préparation et de présence important. Toutefois indépendamment du type d'activités, c'est un argument récurrent.

communiquer¹⁹, le déficit de connaissances ou d'intérêt supposé de la part du public (53% des chercheurs en biomédecine le mentionnent), mais aussi des problèmes liés aux médias (35%), seuls 20% citant le manque de compétences chez les chercheurs. Plus récemment, les chercheurs en sciences exactes et les ingénieurs interrogés ont évoqué, outre le temps que cela prend (29%), le fait que ces activités peuvent envoyer de faux messages à la population (19% ; Royal Society, 2006 : 29). Il y a également un obstacle plus profond, mais qui semble aussi plus diffus et difficile à verbaliser : celui de la (dé)valorisation par les pairs de ce genre d'activités. L'enquête conduite dernièrement par la Royal Society montre que si seulement 1% des chercheurs estimaient comme premier obstacle le fait que des scientifiques qui s'engagent sont mal vus par leurs collègues, ce point ressort de manière plus prégnante des entretiens qualitatifs également menés, illustrant l'idée que c'est mauvais pour la carrière ou que ce sont ceux qui ne sont pas assez bons qui poursuivent ce genre d'activités (2006 : 29).

2.4 Destinataires et médiateurs

Les études existantes permettent de connaître aujourd'hui un peu mieux les destinataires auxquels s'adressent, ou pensent s'adresser, les chercheurs. A l'image d'Epinal d'une communication diffuse dirigée vers un public aussi large qu'indifférencié, s'est substituée ces dernières années celle plus précise d'efforts de communication variés dirigés vers des publics qui, s'ils ont en commun de ne pas être des spécialistes du domaine concerné, peuvent différer considérablement entre eux en termes de taille, de niveau de formation et du rôle qu'ils jouent face au monde universitaire et de la recherche. En effet, le fait de s'adresser aux lecteurs d'un journal à grand tirage, à une commission extra-universitaire ou encore à des classes de niveau secondaire n'a pas les mêmes implications en termes de langage à utiliser, mais aussi d'objectif recherché.

Une étude récente (Royal Society, 2006 : 9) montre que les publics les plus importants en sciences exactes et de l'ingénierie sont d'abord les décideurs (60%), puis les écoles (50%), l'industrie (47%), les journalistes venant clairement ensuite avec environ un tiers des répondants. Une autre étude sur le domaine biomédical qui posait la question sous forme ouverte, montre que les pairs sont les destinataires les plus cités (23%), avant le public large (17%) et les décideurs ou politiques (13%), l'industrie (10%) ou encore les médias, cités là encore en dernier (7%) (Wellcome Trust, 2001).

Alors que les médias s'imposent comme médiateur privilégié avec le public non-spécialiste, les relations entre scientifiques et journalistes sont notoirement difficiles. Gascoigne et Metcalfe (1997 : 273) ont décrit la méfiance des premiers envers les seconds. Une enquête danoise a montré que les scientifiques sont intéressés en premier lieu à communiquer à travers les médias dans une communication de type canonique et informative (Nielsen, Kjaer et Dahlgard, 2007). En même temps, ils ont des réticences et regrettent la qualité de cette communication, et ils craignent que les médias éveillent des attentes trop grandes et simplifient trop les résultats. Ces auteurs relèvent la suite de risques qu'encourt tout scientifique qui recourt aux médias, en évoquant même une « *possible unholy alliance* » entre science et médias : simplification des contenus, dévaluation du statut de la science (notamment quand un chercheur commente des sujets sans rapport avec ses recherches), voire soupçon de prostitution de la science (ibid., 10-11).

La question de la médiation est aussi celle de la délégation, qui se pose de manière accrue dans le contexte de la communication de contenus scientifiques de plus en plus complexes. Certains auteurs relèvent l'utilité qu'il y a à humaniser la science, notamment par la participation des scientifiques eux-mêmes aux efforts de communication avec la société (Briggs, 1992 : 71), tandis que d'autres évoquent la nécessité d'une « traduction » des connaissances en s'adressant à une population large, ce qui plaiderait en faveur d'un recours à des médiateurs professionnels (Whitley, 1985 : 7). L'interrogation sur le choix du médiateur est donc aussi celle de la relation et du rôle que le scientifique veut avoir dans l'échange avec le public non-spécialiste.

2.5 Les représentations : rôles, modèles, attitudes

La question de l'engagement public des scientifiques est intimement liée à celle du rôle que l'on attribue aux chercheurs en général. L'évolution du rôle du scientifique dans la société a été largement étudiée. Ben-David (1971) a décrit l'émergence et la stabilisation du rôle moderne du

¹⁹ A noter que 56% des chercheurs interrogés indiquaient manquer de temps pour la recherche tout court.

scientifique, qui s'est détaché notamment des fonctions religieuse ou morale. Mais de fait, le rôle du chercheur moderne a toujours été partagé entre distance et proximité à la société. Rier (2003) évoque l'existence d'une double conception du scientifique s'appuyant soit sur la neutralité objective de la science et dégageant le scientifique de ses responsabilités (le chercheur n'étant pas responsable des éventuelles utilisations néfastes de ses recherches), soit sur l'image opposée qui met l'accent sur la responsabilité du chercheur.

Clark et Illman (2001 : 11-16) ont recensé trois modes d'engagement des scientifiques au sein de la société : le « *civic scientist* » (modèle devenu classique où le chercheur se doit d'informer la population, mais aussi d'écouter, et de laisser parfois jouer le public un rôle plus actif), le « *citizen scientist* » (le scientifique essaye de répondre aux besoins des citoyens), enfin le « *scientist activist* » (modèle qui a émergé dans les années 1960 aux États-Unis et en Europe mais aussi en Inde, où les scientifiques militent pour améliorer le niveau de connaissances scientifiques des gens afin d'améliorer leur niveau de vie, voire de transformer la société). Kyvik (2005 : 289) décline le concept de « *civic scientist* » en une version « experte » (le spécialiste qui diffuse des résultats savants à un public non spécialisé) – et une version « citoyenne » (la figure de l'intellectuel contribuant au débat public). Greenwood et Riordan (2001 : 37-38) lient cette conception du « *civic scientist* » à la notion de « devoir citoyen », mettant l'accent sur l'ancrage des chercheurs dans leur contexte local. Ces notions n'ont cependant pas été testées dans les rares enquêtes sur les scientifiques.

Dans divers travaux relevant de l'étude sociale des sciences, le rôle du scientifique peut être rattaché à différents modèles de relation science-société. Celle-ci a initialement été pensée comme unidirectionnelle, avec des scientifiques qui produisent des connaissances et qui, ensuite, informent le public de leurs résultats éventuellement sous une forme ludique. De ce modèle émergent les efforts PUS visant à informer la population sur des questions scientifiques pour palier le déficit de connaissances scientifiques qui engendre des attitudes négatives envers la science (Wynne, 1995 : 362). Ce modèle « canonique » fut remis en cause dans le courant des années 90. Michel Callon (1999) a proposé à côté du *deficit model*, qu'il appelle modèle de *l'instruction publique*, deux autres modèles de relation science-société : le *débat public*, postulant une communication bidirectionnelle entre les chercheurs et la Cité mais se limitant à une prise en compte de certaines préoccupations du public par les chercheurs ; et la *coproduction des savoirs*, impliquant la possibilité pour les citoyens d'influer sur les choix techniques et scientifiques²⁰. Castelfranchi (2002) observe ainsi que le modèle unidirectionnel de la « popularisation » a été complété dans ce sens ces 25 dernières années.

Différentes recherches empiriques se sont également intéressées aux représentations des scientifiques qui président au dialogue et, plus généralement, à la relation science-société. Longtemps pourtant, ce sont plutôt les attitudes du public qui ont intéressé les chercheurs, alors que celles des scientifiques étaient restées dans l'ombre. S'intéressant à l'engagement des scientifiques, une étude anglaise a montré que plus un scientifique perçoit sa recherche comme ayant des implications sociales, plus il fait des activités de communication large ; cependant il y a un écart entre la manière dont les chercheurs se perçoivent et l'image qu'ils estiment que le public a d'eux (Wellcome Trust, 2001). Une récente étude suédoise centrée sur la question de la perception du public et de la science par les scientifiques a notamment montré que seule la moitié des scientifiques pense que le public large est intéressé par leurs objets d'étude, mais qu'une grande majorité estime que la population a confiance dans les chercheurs (Vetenskap et Allmänhet, 2003). Elle a également mis en évidence des différences intéressantes entre domaines, puisqu'en médecine on pense davantage que le public s'intéresse à leurs recherches, alors que c'est moins le cas dans les humanités et, de surcroît, dans les sciences sociales, où l'on a une perception plus critique et sceptique de la science (ibid.)

Si certains changements sont observables, de nombreux scientifiques continuent à penser la communication envers un large public en des termes classiques. Une étude danoise auprès des scientifiques a montré que 86% d'entre eux estiment qu'il s'agit de communiquer des nouvelles connaissances basées sur des recherches, 78% de communiquer des connaissances sur l'utilisation possible de ces résultats, tandis que seuls 47% ont mentionné la connaissance des « *scientific world-views* » et 30% la connaissance des implications éthiques, sociales et politiques de la recherche (Nielsen, Kjaer et Dahlgard, 2007 : 7). L'enquête de la Royal Society (2006 : 22) montre elle aussi que parmi les scientifiques des sciences expérimentales, c'est la représentation de l'engagement envers la Cité comme « *informing, explaining and promoting public understanding of science* » qui est la plus choisie (34%), alors que seuls 15% incluent l'information sur les implications et la pertinence ou l'utilité de la science, 13% l'écoute et la compréhension du public

²⁰ On pense par exemple au rôle des collectifs de patients dans certaines recherches médicales.

et les débats, et 13% la communication et le dialogue avec le public²¹. Ils constatent qu'il y a actuellement deux notions concurrentes sur l'engagement public des scientifiques, celle canonique et unidirectionnelle, et l'autre interactive, réflexive et, comprend-on, encore largement idéaliste. Une étude anglaise révèle que lorsqu'on demande aux scientifiques d'expliquer l'expression « *public understanding of science* », aucun ne mentionne l'idée d'interaction ou même de dialogue avec la population (Wellcome Trust, 2006 : 8).

L'image du chercheur isolé communiquant ses résultats à un public ignare, si elle est dénoncée par des spécialistes, est en définitive encore très répandue parmi les scientifiques. Pourtant, certains auteurs relèvent que ce sont moins aux scientifiques qu'à la société elle-même de prendre l'initiative et d'être demandeuse de plus de connaissances, voire d'une participation aux processus de production du savoir. Ainsi Rier (2003), en évoquant des recherches épidémiologiques sur l'exposition toxique des objets de tous les jours, relève que pour certains résultats, voire domaines, la population (et les médias) pourrait être à la base du dialogue science-société, car certains scientifiques peuvent alors hésiter à divulguer de l'information.

2.6 Des facteurs explicatifs multiples

Différentes études permettent enfin d'ébaucher des explications de la variation des pratiques des scientifiques en matière de relation science-société. Se basant sur les supposées différences d'aptitudes communicationnelles entre les hommes et les femmes, des études ont étudié le facteur sexe, non sans rejoindre les stéréotypes classiques de genre²². Les études montrent des résultats divergents : il n'y a pas de différence significative du nombre moyen d'activités de vulgarisation dans l'étude française (Jensen et Croissant, 2007), et la variable « sexe » n'a qu'une valeur explicative réduite dans l'étude suédoise (Vetenskap et Allmänhet, 2003). Par contre, parmi les scientifiques interrogés dans l'étude anglaise, les hommes (59%) plus que les femmes (48%) ont participé à des activités de communication scientifique large (Wellcome Trust, 2001).

De plus, l'âge des scientifiques a un effet sur leurs activités science-société et également sur le rôle des chercheurs. Kyvik (2005 : 306) montre ainsi que la proportion de personnes se réclamant du rôle de spécialiste et, encore plus, de celui d'intellectuel, augmente avec l'âge. Il observe toutefois une différence par domaine ; si les articles de vulgarisation et les débats publics augmentent globalement avec l'âge, les tendances par disciplines divergent : ces deux activités augmentent avec l'âge dans les humanités, les sciences sociales et les sciences naturelles alors qu'en technologie c'est le contraire, les jeunes communiquent davantage (Kyvik, 2005 : 307). Dans l'étude française, les activités de vulgarisation ont tendance à augmenter avec l'âge, mais ce facteur devient moins pertinent quand on tient compte de l'âge professionnel, à savoir le statut académique (Jensen et Croissant, 2007). L'enquête du Wellcome Trust (2001) a trouvé des résultats concordants sur l'effet respectif de l'âge et de l'âge professionnel : si 56% des scientifiques avaient participé, dans les 12 mois, à des activités de communication large, plus les scientifiques sont âgés, plus ils ont participé à des activités de communication large (de 44% chez les moins de 35 ans à 70% chez les plus de 55 ans) ; de plus, les professeurs/directeurs (76%) le font plus que les assistants de recherche (34%), et les stabilisés (contrat « permanent », 68%) communiquent davantage (43%) que les chercheurs non-stabilisés. L'enquête anglaise de 2006 confirme que l'engagement est plus élevé chez les scientifiques de plus de 40 ans, et chez les « seniors » que chez les « juniors » (Royal Society, 2006).

Enfin, d'autres variables plus spécifiques peuvent jouer un rôle – à commencer par la compétence acquise en matière de dialogue science-société : selon l'enquête de la Royal Society (2006 : 10), ceux qui ont eu une formation en la matière ont tendance à faire plus d'activités. Le fait d'enseigner joue également un rôle de facilitateur : l'étude du Wellcome Trust (2001 : 34) montre que les chercheurs qui enseignent également ont plus participé à des activités de communication large (64%, contre 41% chez les chercheurs uniquement). La recherche de la Royal Society (2006 : 10) a récemment confirmé cette tendance.

²¹ De même, parmi les motivations pour entrer en interaction avec un public non-spécialiste, on trouve la volonté d'informer la population (35%) comme première motivation, loin devant la volonté de contribuer au débat sur les sciences et la technique (11% ; Royal Society, 2006 : 28).

²² Ainsi, Greenwood et Riordan (2001 : 34) affirment que les scientifiques femmes sont souvent créditées d'un sens du « *civic duty* » plus grand que leurs collègues masculins. Castelfranchi (2002) suggère que la nomination d'une femme à la tête de la Royal Institution – pour la première fois depuis sa création en 1799 – n'est pas pour rien dans la redéfinition opérée par cette instance de la communication avec le public large, désormais conçue comme moins hiérarchique.

Mais c'est surtout l'effet de la « culture » spécifique à chacune des différentes disciplines qui nous intéressera dans ce rapport.

2.7 La question des cultures disciplinaires

Notre hypothèse centrale porte sur le rôle des « *cultures disciplinaires* » sur l'engagement public des chercheurs²³. D'une manière générale, on entend par là le fait que l'inscription des scientifiques dans les différents domaines de recherche joue un rôle déterminant dans leurs pratiques et représentations, notamment en matière de relation et de dialogue science-société.

Dans son fameux ouvrage, Snow (1965) a énoncé le rôle déterminant des cultures disciplinaires, en posant l'existence de deux cultures opposées : les sciences humaines (notamment les « *literary intellectuals* ») et les sciences exactes (notamment les physiciens). Snow (*ibid.*, 9) voyait ces cultures disciplinaires comme profondes et structurantes, « *not only intellectual but also in an anthropological sense* ». Selon cet auteur, elles produisent une certaine homogénéité des comportements et des représentations, les caractéristiques partagées par les membres de cette culture dépassant la science pour s'étendre à des domaines comme la religion et la politique :

« *there are common attitudes, common standards and patterns of behaviour, common approaches and assumptions* » (*ibid.*).

Par la suite, Becher (1989) a parlé de « *tribes and territories* » académiques, en montrant les stratégies de démarcation mises au jour par les scientifiques des différents domaines ; avec d'autres, il a établi une correspondance étroite entre l'organisation sociale d'une discipline et la structure du savoir qu'elle produit :

« *the attitudes, activities and cognitive styles of groups of academics representing a particular discipline are closely bound up with the characteristics and structures of the knowledge domains with which such groups are professionally concerned* » (*ibid.*, 20).

Dans le cadre d'une étude autrichienne intitulée « *Science as Culture* » (Arnold et al., 2001), la culture disciplinaire a été définie comme comprenant toutes les connaissances qui imprègnent une discipline et qui influent sur la production de nouveaux savoirs et sur la communication des connaissances existantes. Dans cette perspective, ces cultures disciplinaires peuvent être considérées comme des ensembles de normes spécifiques à chaque discipline mais largement tacites et non formulées (Arnold et Fischer, 2004 : 20).

Le nombre de cultures disciplinaires a fait débat. Le modèle binaire de Snow, marqué par le contexte scientifique et politique des années 1950-1960, a été critiqué par la suite ; Hultberg (1991) a dénoncé cette image de la science comme une « fable ». Des auteurs ont proposé des modèles alternatifs : Parsons et Platt (1973) distinguaient quatre cultures disciplinaires, alors que Bargel (1988) en a différencié pas moins de dix dans le milieu universitaire allemand. Lepenies (1990) a proposé un modèle de « trois cultures », dans lequel il situe, entre la science (i.e. les sciences « dures ») et la littérature, l'avènement de la sociologie comme troisième grande discipline. Récemment, van Dijck (2003) a revendiqué un modèle « multiculturel » tant de la science que de sa communication.

A un niveau empirique, l'influence des collègues ou de l'unité sur les activités de communication a été mesurée. Dans leur étude sur les chercheurs en Australie, Gascoigne et Metcalfe (1997 : 267) ont montré que le niveau d'encouragement de la part de la direction d'une unité était un facteur explicatif du niveau d'engagement des membres de l'unité. Rier (2003 : 420) décrit l'importance de l'institution à laquelle le chercheur appartient sur l'engagement effectué, avec une différence notamment entre les universités et les institutions de recherche nationales dans le domaine de la santé, dont les chercheurs sont plus conscients des implications sociales de leurs publications. Il établit que des environnements institutionnels différents créent des « *publication climates* » spécifiques, en opposant à cet égard les deux pôles de l'« *engagement* » et de l'« *insularity* » (*ibid.*, 427, 430).

D'autres études de terrain ont cerné le rôle des cultures disciplinaires. Une étude suédoise sur des chercheurs de tous les domaines scientifiques (Vetenskap et Allmänhet, 2003 : 25) montre que le domaine est la variable la plus structurante : « *the largest differences are when comparing different sciences* ». Notamment, la représentation mutuelle est très différente selon les

²³ Windolf parle de « *Fachkulturen* » qui, comme les « *academic cultures* », se réfèrent plutôt à l'institution universitaire, côté enseignement, donc aux étudiants, à leurs choix d'études, leurs attentes (Windolf, 1992 ; cf. aussi Armingeon, 2001). Par contre, les cultures disciplinaires (« *disziplinäre Kulturen* » ou « *disciplinary cultures* ») se rapportent plutôt à la production des savoirs (Gilbert, Crettaz von Roten, Alvarez, 2006 : 144, note 6).

domaines : les personnes en Médecine pensent plus souvent que le public fait confiance et s'intéresse à leur recherche ; celles des Humanités s'intéressent au public mais elles ne pensent pas que c'est mutuel ; celles en Sciences sociales estiment que le public n'est pas intéressé et n'a pas confiance en eux; enfin les chercheurs en Technologie préfèrent rester dans leurs laboratoires. Cette étude a d'ailleurs dégagé un phénomène intéressant que l'on pourrait appeler un « ethnocentrisme disciplinaire » : les chercheurs suédois interrogés estiment le dialogue avec le public très intéressant et qu'il constitue une obligation pour le chercheur, mais pensent que les collègues d'autres disciplines sont moins de cet avis.

On peut déduire de ces diverses études que les différences de cultures disciplinaires engendrent une propension inégale à communiquer avec le public non-spécialiste. Une étude norvégienne a ainsi trouvé que les chercheurs dans les sciences humaines et sociales ont plus publié d'articles de vulgarisation scientifique et ont davantage contribué au débat public que leurs collègues dans les sciences médicales et techniques (Kyvik, 2005 : 301). Elle montre aussi que le rapport entre publications pour les pairs et pour le public large est différent dans les sciences « molles » (le rapport est d'environ 1 pour 1) et les sciences « dures » (le rapport est de 5 contre 1). Cette étude constate également que dans les sciences « molles », la majorité des chercheurs ayant fait des activités PUS ont les deux casquettes « *expert* » (information) et « *intellectual* » (débat), alors que dans les sciences « dures », ces deux rôles sont davantage séparés (ibid., 305). Dans un autre domaine, l'évaluation des *Fêtes des sciences* en Autriche révèle que les motivations des scientifiques et leurs perceptions de l'événement divergeaient fortement selon qu'ils appartenaient au champ des sciences humaines ou exactes (Felt, 2001 : 23 sq.).

Les cultures disciplinaires font donc vraisemblablement partie des facteurs structurants de l'engagement des scientifiques envers la Cité. Notre étude, qui porte sur une population lausannoise (UNIL) de chercheurs appartenant aux sciences « dures » (la FBM et, dans une certaine mesure, les GSE) et, majoritairement, aux sciences humaines et sociales, sera également l'occasion de tester s'il existe, à l'intérieur même de ces dernières, des spécificités facultaires qui seraient autant de variations d'une culture disciplinaire plus vaste propre aux sciences sociales et humaines. Cependant cette étude exploratoire, menée à l'échelle d'une institution, ne permettra pas de généraliser les résultats et appellera, pour cela, la réplique de l'étude au niveau suisse.

3. Méthodologie et population

Cette recherche-action est composée d'un volet empirique – l'enquête à proprement parler – et d'un volet plus pratique de transfert des connaissances vers la communauté universitaire. Ce chapitre présente la méthodologie utilisée pour l'enquête et les caractéristiques de la population des répondants.

3.1 Une double enquête

Le volet empirique a procédé en deux phases : la première, qualitative, et la seconde, la plus importante, quantitative.

Dans la première phase, il s'agissait tout d'abord de recueillir, via des entretiens semi-dirigés, une impression générale sur la problématique des relations entre les scientifiques et la société, de mieux comprendre, au travers du récit des personnes interrogées, les caractéristiques et le fonctionnement des relations science-société dans les différentes facultés de l'UNIL. Ceci a également permis de tester la pertinence d'un certain nombre de thèmes en vue du questionnaire de la seconde phase. La grille d'entretien a été établie à partir de notre problématique et de la littérature²⁴. Les entretiens, qui ont duré entre 45 et 60 minutes, ont eu lieu pour la plupart entre juillet et août 2007. Deux enseignants-chercheurs (l'un chevronné et en général « connu », l'autre plutôt en début de carrière et choisi au hasard dans l'annuaire de l'université, en veillant à l'équilibre hommes-femmes) ont été rencontrés dans chacune des 7 facultés (14 entretiens en tout). De plus, des entretiens ont également été menés avec les instances de communication et de médiation scientifique de l'UNIL ; d'autres acteurs internes et externes à l'*alma mater* vaudoise ont également été entendus dans le cadre du groupe d'accompagnement du projet.

La phase quantitative visait à obtenir des informations sur les pratiques et les représentations des enseignants-chercheurs de l'UNIL. Un questionnaire on-line a été élaboré sur la base des entretiens, des discussions au sein de la plateforme ainsi qu'à travers notre revue de la littérature et des principales études du domaine²⁵. Le questionnaire était structuré en 6 parties :

- l'importance de la relation à la société, des différents publics et le rôle endossé,
- les activités de communication du répondant,
- le rôle des médiateurs,
- les motivations et les obstacles à la communication,
- les souhaits et attitudes en matière de relations science-société,
- le profil du répondant.

Le questionnaire on-line a été pré-testé auprès des membres de la plateforme. La passation du formulaire a eu lieu en octobre 2007²⁶.

3.2 Les « enseignants-chercheurs »

La population de notre étude est celle des « enseignants-chercheurs UNIL », que nous avons défini comme toute personne qui poursuit, au moins pour une partie de son temps de travail, des activités de recherche et d'enseignement au niveau académique (cf. 1.1).

La construction de la liste des individus de notre population ne s'est pas faite sans difficultés. Celles-ci découlaient d'une part de la multiplicité des interlocuteurs et des sources à utiliser pour construire la liste d'adresses électroniques en vue de l'enquête on-line. De l'autre, c'est l'hétérogénéité même de notre objet, ou la variété des statuts et des situations institutionnelles des enseignants-chercheurs UNIL, qui a compliqué l'établissement de la liste d'adresses. D'une

²⁴ La grille d'entretien se trouve à l'annexe D.

²⁵ Nous nous sommes notamment inspirés des questionnaires de Royal Society (2006), Vetenskap & Allmänhet (2003) et Wellcome Trust (2001). Le questionnaire on-line utilisé se trouve à l'annexe C.

²⁶ L'invitation à remplir le questionnaire a été envoyée le 1^{er} octobre 2007. Une deuxième invitation a été envoyée 10 jours plus tard, puis un premier rappel à la mi-octobre et un ultime rappel le 24 octobre, l'enquête se terminant le 31 octobre 2007. Les textes de l'invitation de départ et du premier rappel se trouvent à l'annexe B.

certaine manière, la vision classique de l'« enseignant-chercheur » est chamboulée par l'évolution récente du marché du travail académique, à l'UNIL comme ailleurs, qui comprend : l'extension du nombre des chercheurs faisant partie du personnel administratif et technique, la revalorisation et diversification du statut de MER ou encore un financement externe accru des doctorants.

La liste des individus de cette population a donc été construite par nos soins à partir de quatre groupes exclusifs de personnes :

- le corps enseignant de l'UNIL, qui, dans le modèle suisse, sont également des chercheurs, dont font partie les Prof. ordinaires, associés, titulaires, *ad personam* ou honoraires et les corps intermédiaires inférieur et supérieur (assistants, maîtres-assistants, MER, etc.) : environ 1750 personnes²⁷;
- les membres du Personnel administratif et technique (PAT) travaillant dans la recherche (chefs d'unité, chefs de projet, chargés de recherche, etc.) : environ 60 individus²⁸;
- les employés du CHUV avec titre universitaire, environ 360 personnes²⁹;
- enfin, les doctorants de l'UNIL, dont une partie (environ 580 individus) a un contrat à l'UNIL et est donc incluse dans l'une des deux premières catégories, alors qu'une part importante est sans contrat à l'Université, à savoir environ 980 personnes.

En tout, environ 3150 personnes faisaient partie de notre population d'« enseignants-chercheurs UNIL » et étaient donc concernées par le questionnaire on-line.

3.3 Taux de réponse

Au final, 810 individus ont rempli le questionnaire on-line, ce qui établit le taux de réponse à environ 30%; cependant les zones d'ombre de la liste des individus de la population engendre une difficulté à estimer plus précisément le taux de réponse³⁰. Celui-ci donne néanmoins une première indication sur des facteurs de réponse externes à l'enquête, comme la surcharge de travail des enquêtés ou le degré de disponibilité à répondre à une enquête on-line, mais aussi sur des facteurs internes à l'enquête, comme l'attractivité du thème de l'enquête ou la pertinence de la perspective science-société³¹.

Plus intéressant que le taux global des retours sont les taux de réponse relatifs selon les catégories de répondants. Cependant, alors que nous disposions du nombre d'individus dans chacun des 4 groupes ci-dessus, nous avons dû utiliser pour les différentes catégories les données des Statistiques UNIL (situation en décembre 2006), ci-après « population UNIL ». Celles-ci ne contiennent que les salariés de l'UNIL (donc sans les doctorants sans contrat à l'université) et excluent les chercheurs PAT. Pour cette raison, la représentativité de notre échantillon ne peut qu'être établie de manière approximative et nous ne pourrions pas procéder à un redressement statistique de l'échantillon si nous constatons une non-représentativité.

²⁷ A noter que les assistants étudiants (un peu moins de 200 personnes en octobre 2007, mais leur nombre fluctue) sont automatiquement inclus dans les listes d'adresses « enseignants UNIL ».

²⁸ En l'absence d'une liste existante regroupant ces personnes, cette sous-population a dû être recensée par nos soins, via un message électronique auprès de l'ensemble du PAT. Sur les 900 personnes concernées, une soixantaine nous a répondu faire partie des « enseignants-chercheurs UNIL ». Selon les réponses reçues, ce groupe – qui est probablement un peu sous-estimé par rapport à son nombre réel – inclus des personnes qui ont des titres aussi variés que sociologue, politologue, ingénieur, archiviste, responsable de groupe de recherche, développeur d'appareillages utilisés pour la recherche et l'enseignement...

²⁹ Il s'agit de chefs de clinique et, plus généralement, de médecins-cadre.

³⁰ Le taux de réponse effectif varie entre 26% et 33%, en fonction de l'appréciation des différentes catégories d'individus dans la liste de destinataires. Ainsi, le sous-groupe des « doctorants sans contrat à l'UNIL » très important (980 personnes), inclus également des individus inscrits en thèse depuis des années, voire des décennies ; si on peut dire qu'ils font formellement partie des « enseignants-chercheurs UNIL », leur lien à l'*alma mater* vaudoise (et à l'enquête qui en émane) est donc logiquement assez faible – ils ont d'ailleurs, on le verra, beaucoup moins répondu que les autres catégories. Par conséquent, selon que l'on considère l'ensemble des personnes ou seulement celles qui ont un contrat à l'UNIL, le taux de réponse oscille entre 26% (sur l'ensemble des destinataires) et 33% (sans les doctorants sans contrat).

³¹ On peut supposer que le désintérêt pour la problématique amène à ne pas répondre à l'enquête et, au final, que les personnes pas ou peu actives dans la relation science-société ont moins répondu à l'enquête que les personnes très actives.

Le taux de réponse par faculté nous intéresse³², car il peut, d'une certaine manière, être interprété comme un degré d'implication des personnes des différentes disciplines dans la question de la communication large (Tableau 1).

Tableau 1. Taux de réponse par faculté

	Population UNIL ^a	Répondants à l'enquête ^b	Taux de réponse
Théologie	54	22	41% (+)
Droit	207	65	31% (-)
Lettres	349	155	44% (+)
SSP	300	147	49% (+)
HEC	301	54	18% (-)
GSE	155	50	32% (-)
FBM ^c	925	311	34% (-)

^a Situation en décembre 2006, en personnes. Professeurs et autres enseignants de tout statut ; assistants de tout statut ; chercheurs de tout statut (sans les chercheurs PAT) ; doctorants (exclus doctorants sans contrat à l'UNIL) ; sans Chefs de service, d'unité ou de projets.

^b Professeurs et autres enseignants de tout statut ; assistants de tout statut ; chercheurs de tout statut (inclus chercheurs PAT) ; doctorants (inclus doctorants sans contrat à l'UNIL) ; sans Chefs de service, d'unité ou de projets.

^c Inclus le personnel CHUV ou Hospices avec titre universitaire.

Source : enquête OSPS-UNIL et Statistiques UNIL.

La Faculté des sciences sociales et politiques (SSP), dont émanait l'étude, a fortement répondu présent, de même que celle des Lettres et celle de Théologie et des sciences des religions (ci-après « Théologie »). La faculté de Biologie et Médecine (FBM), qui s'inscrit le plus clairement dans les sciences « dures », a un taux de réponse moyen. Les facultés des Géosciences et de l'environnement (GSE), du Droit et des sciences criminelles (ci-après « Droit ») et, surtout, des Hautes études commerciales (HEC) – où les enseignants-chercheurs de l'étranger sont nombreux³³ – ferment la marche.

3.4 Le profil des répondants

L'analyse du profil des répondants permet de mieux connaître notre échantillon et de le comparer à celui de la population UNIL de référence, sans pouvoir en évaluer précisément la représentativité pour les raisons évoquées ci-dessus. Les répondants sont en majorité des hommes (66% ; Tableau 2), dans la classe d'âge 30-44 ans (41%, moyenne d'âge 39 ans) ; 47% font partie du corps enseignant (tous statuts ; 30% des répondants sont des PO ou des MER)³⁴. Enfin, 38% des répondants appartiennent à la FBM, environ 20% aux Lettres et aux SSP.

³² A noter que les taux de retour par faculté valent davantage de manière relative, dans la comparaison entre eux, que pris de manière absolue. En effet, en l'absence d'informations sur l'appartenance facultaire des individus de la liste de départ, le calcul est fait par rapport au nombre de salariés (Service des ressources humaines de l'UNIL), qui ne contient ni les doctorants sans contrat, ni les assistants étudiants. Une douzaine de répondants ont indiqué appartenir à une « autre » faculté ; quand cela était possible, ils ont été ventilés dans une des facultés. Quatre personnes ont indiqué faire partie de la Direction (sans autre précision), nous avons donc créé une catégorie *ad hoc* pour eux, et deux individus n'ont pas donné de réponse claire et n'ont pu donc être ventilés (ces 6 répondants sont donc exclus des tris par faculté).

³³ Selon les chiffres de l'administration de l'UNIL, les Professeurs et chercheurs en HEC ont la part d'étrangers la plus grande, avec plus de la moitié des personnes concernées (51%), devant la FBM (38%) et les GSE (37%) ; à l'inverse, c'est en Droit que l'on trouve la part de Professeurs et chercheurs étrangers la moins grande (16% ; Statistiques UNIL, chiffres pour 2006). Le questionnaire n'a pas été traduit en anglais, ce qui pourrait avoir occasionné un déséquilibre de l'échantillon en défaveur des personnes non francophones parmi les enseignants-chercheurs de l'UNIL, sans doute sous-représentées, mais qui sont très probablement aussi moins enclins à s'engager dans l'espace public romand et suisse.

³⁴ Un peu plus de 30 personnes ont indiqué des statuts « autres » (ou multiples), qui ont été ventilés dans le statut le plus proche (ou dans le premier cité). Les réponses ouvertes révèlent la variété des statuts (et, notamment, des combinaisons de statuts) qui peuvent faire partie de la catégorie générique « enseignant-chercheur » : on trouve ici quelques assistants étudiants (cf. note *supra*), quelques chefs de clinique, un maître de sport, un « chercheur diplômé en charge d'un séminaire », un « PAT et chargé de cours » ou encore un « PD + chargé de cours + chef de projet »... Une poignée de statuts techniques (laborantins, techniciens, ingénieurs) ont dû être ventilés dans une catégorie à part « Personnel technique » très petite (il s'agit de 6 individus) et qui est exclue des tris par statut.

Tableau 2. Comparaison des profils des répondants et de la population UNIL de référence (en %)

	Répondants à l'enquête	Population UNIL ^a
<i>Facultés</i>		
Théologie	3	2
Droit	8	7
Lettres	19	14
SSP	18	14
HEC	7	11
GSE	6	7
FBM ^b	38	45
<i>Statut</i>		
Professeurs et autres enseignants	47 ^c	48 ^d
Assistants	53 ^e	52 ^f
<i>Age</i>		
20-29 ans	28	-
30-44 ans	41	-
45-59 ans	26	-
60 ans +	5	-
Moyenne d'âge	39 ans ^g	40 ans
<i>Sexe</i>		
Hommes	66	64
Femmes	34	36
Total	100	100

^a Situation en décembre 2006, en personnes, sans secteur commun.

^b Inclus le personnel CHUV ou Hospices avec titre universitaire.

^c Prof. ordinaires, associés, invités, titulaires, suppléants ; Prof. assistants, Prof. boursiers ; MER ; MA ; Chargés de cours, PD ; sans Chefs de service, d'unité ou de projets.

^d Prof. ordinaires, associés, invités, titulaires, remplaçants ; Prof. assistants ; MER ; MA ; Chargés de cours, PD ; sans Chefs de service, d'unité ou de projets.

^e Assistants, premiers assistants ; chargés de recherche, chercheurs dipl., chercheurs associés, chercheurs docteurs (inclus chercheurs PAT) ; doctorants (inclus les doctorants FNS et les doctorants sans contrat à l'UNIL).

^f Assistants, premiers assistants ; chercheurs diplômés, chercheurs docteurs (sans chercheurs PAT) ; médecins assistants YYY ; doctorants (inclus doctorants FNS, exclus doctorants sans contrat) ; assistants étudiants.

^g Moyenne calculée à partir du milieu de chacune des quatre catégories d'âge, puisque le questionnaire ne demandait pas l'âge précis.

Source : enquête OSPS-UNIL et Statistiques UNIL.

Le tableau 2 montre également que le profil des répondants est très proche de la population de référence au niveau de l'UNIL. La représentation des facultés dans l'échantillon peut être considérée comme bonne, même si l'on constate une très légère surreprésentation des SSP, Lettres et une légère sous-représentation des HEC et de la FBM. En comparant les répondants et la population de référence, l'âge³⁵ moyen, la répartition des sexes ainsi que celle des statuts (Professeurs – assistants)³⁶, sont très similaires.

La répartition des répondants par sexe (les deux tiers d'entre eux sont des hommes, contre 34% de femmes) peut étonner à première vue, car on sait que ces dernières répondent plus volontiers à des enquêtes ; de plus, on aurait pu imaginer que les relations science-société intéressent

³⁵ A noter que, par souci de confidentialité, l'âge exact n'a pas été demandé aux répondants.

³⁶ L'analyse de la répartition des statuts par faculté montre une situation un peu plus contrastée. La part de professeurs (tous statuts) sur le total de professeurs et d'assistants est pratiquement la même dans la population UNIL de référence et dans notre échantillon en Théologie, SSP, dans les GSE et à la FBM ; il y a une légère sous-représentation des professeurs parmi les répondants (d'environ 10%) en Lettres et une surreprésentation (d'un peu plus de 10%) en HEC. En Droit, les professeurs sont nettement sous-représentés dans l'échantillon (de l'ordre de 25%).

davantage les femmes, dont certaines études ont montré qu'elles étaient plus orientées vers la communication. Cependant, cette répartition des sexes correspond assez exactement à la situation qui prévaut en la matière parmi les Professeurs et assistants de l'UNIL³⁷. En accord avec d'autres études, s'opposent à l'Université de Lausanne des domaines scientifiques plus masculins tels que la FBM, le Droit, les GSE et les HEC (avec 70-80% de répondants masculins) et des disciplines plus féminisées, à savoir SSP, Théologie et Lettres, où l'on rencontre environ 60% de femmes parmi les répondants.

Les données sociodémographiques permettent aussi de préciser le « profil professionnel » des répondants. En termes de type d'activités professionnelles tout d'abord³⁸, presque la moitié des répondants (47%) indiquent être actif majoritairement dans la recherche, et un petit tiers à égalité entre recherche et enseignement. Ce qui fait qu'en tout, les trois quarts de notre échantillon sont actifs dans la recherche de manière déterminante³⁹. Dans notre échantillon se dégagent aussi des facultés où les activités de recherche prévalent nettement sur l'enseignement (FBM, GSE ; en moindre mesure Droit) par rapport à celles où l'enseignement ou les deux types d'activités à la fois sont davantage présents⁴⁰.

La répartition par type de recherches poursuivies⁴¹ indique que la moitié des répondants (46%) fait avant tout de la recherche fondamentale, tandis qu'un quart est plutôt dans la recherche appliquée et les mandats, et un petit cinquième qui a répondu « les deux »⁴². HEC, la FBM et Droit se démarquent comme facultés avec le plus de personnes qui se dédient principalement à la recherche appliquée.

3.5 Note sur la méthode

Les données récoltées par l'enquête on-line ont été analysées à l'aide de statistiques essentiellement descriptives. Pour les variables qualitatives, nous avons utilisé des fréquences et des tableaux croisés ; pour les variables quantitatives, des statistiques descriptives et des corrélations. Pour faire ressortir la structure de certaines variables quantitatives, nous avons effectué des analyses en cluster, des analyses factorielles, pour expliquer certaines variables quantitatives une régression linéaire et pour comparer le poids relatif de différents facteurs explicatifs un modèle linéaire généralisé⁴³.

Quelques indications s'imposent pour la lecture des résultats contenus dans la suite de ce rapport :

- Les tableaux complets listés en fin de rapport permettent au lecteur d'avoir, pour chacune des variables du questionnaire, les résultats globaux et, selon le sexe, le statut et la faculté⁴⁴. C'est la variable du statut académique, qui désigne d'une certaine manière

³⁷ Ainsi, parmi les PO, PI et MER, environ 20% des répondants sont des femmes (22% dans la population UNIL de référence), alors que chez les assistants elles sont 44% (48%).

³⁸ Chez un peu plus de trente répondants qui ont donné une réponse sous « autre » (en général un cumul de types d'activités), on a pris l'activité mentionnée comme principale ou citée d'abord. Un répondant a remarqué, non sans raison, que « cette question est mal formulée » car notamment dans son domaine (les Lettres) « on n'est pas plus dans l'enseignement ou dans la recherche, on est nécessairement dans les deux, qui se nourrissent l'un l'autre ! »

³⁹ Les chiffres concernant la répartition du temps de travail du personnel des hautes écoles montrent qu'à l'UNIL, le personnel utilise environ un tiers de son temps pour l'enseignement et la moitié pour la recherche (OFS, 2006).

⁴⁰ Ceci sur la base de la proportion des personnes principalement actives dans la recherche parmi les répondants, qui varie du simple au double selon les facultés : ils représentent presque 60% à la FBM, environ 50% en GSE, un peu plus de 40% en Droit, HEC et SSP, enfin un tiers en Lettres et un quart en Théologie. Toutefois, en additionnant à cela les personnes actives à égalité dans la recherche et dans l'enseignement, on atteint dans toutes les facultés un total de 75%-80% de répondants actifs de manière déterminante dans la recherche (sauf à la FBM, où la part d'activités cliniques – majoritaires pour 25% des répondants de cette faculté – fait la différence).

⁴¹ Une quinzaine de réponses sous « autre » ont été ventilées, là où possible, dans la catégorie la plus proche (notamment plusieurs « recherche clinique » sous « recherche appliquée »).

⁴² La ventilation par faculté montre que la recherche fondamentale est presque partout la réponse majoritaire – sauf en HEC et en Droit, avec environ un tiers des répondants et à peu près autant pour la recherche appliquée. La différence se fait toutefois dans la proportion entre recherche fondamentale et appliquée : parmi les répondants en Théologie, on fait 6 fois plus de recherche fondamentale qu'appliquée, en Lettres presque 4 fois plus, en SSP et en GSE 2 fois plus, à la FBM moins de 2 fois plus.

⁴³ Les résultats des méthodes inférentielles doivent être pris de manière indicative car le groupe de personnes sur lequel porte l'enquête (l'ensemble des enseignants-chercheurs de l'UNIL) n'est pas de type aléatoire.

⁴⁴ Cf. tableaux à l'annexe E (numérotation en chiffres romains).

l'âge social ou professionnel des personnes, qui a été retenue ; la variable « âge » (biologique) n'est pas utilisée dans les tableaux complets mais est signalée çà et là quand la tendance est particulièrement intéressante.

- Afin de faciliter la lecture du texte, les dénominations des catégories de statuts universitaires, proches de celles utilisées dans les tableaux, ont été simplifiées comme suit : PO/MER (pour les Prof. ordinaires, associés, titulaires, *ad personam* ou honoraires ; MER) ; PA/MA (Prof. assistants, Prof. boursiers ; Prof. invités, remplaçants ou suppléants⁴⁵ ; Maîtres assistants), Chargé de cours/PD (chargés de cours, privat-docents), Assistants/doctorants (assistants, premier assistants, doctorants), Chargés de recherche/chercheurs (chargés de recherche, chercheurs diplômés, chercheurs associés, chercheurs docteurs) ; la rubrique « Chef de service, d'unité ou de projets » inclus aussi les chefs de section ou d'équipe et est parfois aussi abrégée « Chefs de service etc. ».
- Les données qualitatives issues des entretiens sont en général présentées dans des encadrés (ou en note) pour illustrer ou nuancer un aspect chiffré. Par souci d'anonymat, ces interlocuteurs sont appelés « enseignants-chercheurs » (jeunes ou chevronnés), les abréviations présentées ci-dessus étant réservées aux analyses par statuts.
- Les facultés, qui sont au centre de notre recherche, apparaissent par deux fois dans le texte : dans les chapitres 4 à 7 et 9, nous comparons les résultats entre les facultés, tandis que dans le chapitre 8 nous dessinons le profil de l'engagement public des enseignants-chercheurs pour chaque faculté séparément.

⁴⁵ Vu le peu de personnes concernées, les « Prof. invités, remplaçants, suppléants » (8 individus) ont été joints à la catégorie – proche en termes institutionnels – des « Prof. assistants, Prof. boursiers, MA ».

4. Les enseignants-chercheurs de l'UNIL face à la société

Une des hypothèses sous-tendant cette recherche est que les représentations, modèles et attitudes concernant la science et les scientifiques dans la société ont un effet structurant sur l'engagement public des enseignants-chercheurs. Dans ce premier chapitre dédié aux résultats, nous allons donc aborder différents aspects relatifs à ces représentations et modèles : la valorisation de la communication avec un public non-spécialiste, le modèle de relation science-société, le rôle des scientifiques et un certain nombre d'attitudes envers la science.

4.1 L'importance accordée à la communication avec un public non-spécialiste

Les enseignants-chercheurs de l'UNIL montrent un taux d'adhésion très élevé à la question de l'importance de la communication envers un public non-spécialiste : 46% des personnes interrogées estiment qu'il est « très important » de communiquer avec un public non-spécialiste, 42% estimant que c'est « assez important », pour un total de 88%⁴⁶. Ces chiffres ressemblent à ceux trouvés notamment en Grande-Bretagne, où 84% des scientifiques considèrent qu'il est de leur devoir de communiquer avec un public large (Wellcome Trust, 2001).

Cependant ce taux élevé cache des grandes disparités selon le profil, sauf pour le sexe où la part de « très important » est de 45% chez les hommes et de 48% chez les femmes. Les chiffres varient davantage selon le statut du répondant. Si 67% des Chefs de service, d'unité ou de projets et 48% des PO/MER pensent que communiquer avec un public non-spécialiste est « très important », ce pourcentage baisse à 43% chez les Assistants/doctorants, et même à 36% chez les PA/MA. L'effet de l'âge n'est pas linéaire mais en « U-inversé » : si 40% des 20-29 ans estiment « très important » de communiquer avec un public large, ce taux monte graduellement et culmine chez les 45-59 ans (54%), alors que chez les enseignants-chercheurs plus âgés – et proches de la retraite – il retombe à 46%. Les répondants actifs plutôt dans la recherche valorisent davantage la communication large (43%) que ceux plutôt actifs dans l'enseignement (37%). Mais ce sont les enseignants-chercheurs actifs à parts égales dans ces deux secteurs (49%) et, plus encore, les cliniciens (56%) ainsi que les personnes surtout actives dans l'administration (72%) qui accordent le plus d'importance à la communication avec un public non-spécialiste. Enfin, les répondants qui travaillent plutôt sur mandat ou dans la recherche appliquée valorisent nettement plus cet aspect (57%) que ceux actifs principalement dans la recherche fondamentale (39%).

Encadré 1. Le public, cet inconnu

Les entretiens menés avec des enseignants-chercheurs de l'UNIL montrent qu'ils ont l'impression de ne pas connaître le « public » auquel ils s'adressent dans leurs activités de communication dirigées vers un public non-spécialiste.

Un enseignant-chercheur en SSP interrogé regrette ainsi qu'« on ne connaît pas le public, on ne sait pas à qui on s'adresse » ; la « difficulté » consiste à « connaître l'état de connaissance du public » notamment afin de « ne pas dire des banalités ». Cet enseignant en Théologie relève qu'« on ne sait pas qui nous lit » et « on idéalise nos lecteurs ». Cet enseignant-chercheur chevronné en Lettres estime, quant à lui, qu'« il faudrait étudier les attentes du public ». Il admet ne pas savoir à qui il s'adresse, notamment quand il édite des catalogues d'exposition, un support qui s'adresse à la fois aux pairs et à un public plus large d'intéressés : « personnellement, pour moi, c'est un mystère, parce que je crois que la notion de public recouvre quelque chose de polymorphe », en ajoutant que quand les enseignants-chercheurs parlent de « public », il n'est « pas sûr que l'on parle de la même chose ».

Nous observons également des variations notables selon la faculté. A la FBM, la part de personnes estimant « très importante » la communication avec un public non-spécialiste est de 50%, ce qui indique une « culture de la communication » et une valorisation particulière de ces activités dans cette faculté. Elle est suivie de près par les GSE (48%), les Lettres (47%) et SSP

⁴⁶ Cf. TABLEAU I en annexe.

(46%). Dans ces facultés, la part de personnes estimant cet aspect « pas très » ou « pas du tout important » se situe aux alentours des 10%. En HEC, si 43% des personnes estiment que cette communication est « très importante », 19% pensent qu'elle n'est « pas très » ou « pas du tout » importante. Si en Théologie, le degré de valorisation total est le même que dans les premières facultés citées, la différence se fait entre le niveau d'importance : seulement 36% de « très importante », mais 55% d'« assez important ». Enfin, en Droit, seuls 29% estiment ce type de communication « très importante », et la part de personnes ayant répondu « pas très » ou « pas du tout important », à savoir 28%, est la plus élevée de toutes les facultés.

Encadré 2. « Science », « société » : l'enjeu des mots et des définitions

Les mots choisis par les enseignants-chercheurs pour désigner les deux entités censées interagir dans le dialogue science-société impliquent des définitions variées des partenaires de cette relation. Du côté de la « **société** », ce terme, jugé à la fois trop englobant et trop monolithique, est rarement utilisé. Nos interlocuteurs parlent de « *société civile* », ou alors de « *population* », de « *population générale* », de « *gens* », ou encore de « *personne lambda* ». Mais la « **société** » ne doit pas se limiter à des personnes non initiées : ce jeune enseignant-chercheur en GSE, actif dans des mandats, énumère plusieurs acteurs (administrations publiques, sociétés d'ingénieurs, sociétés d'hydrogéologues, etc.) en expliquant : « *dans 'société', je mets tout ça* ».

La « **science** » ne pose pas moins de problèmes, sinon plus. Cet enseignant-chercheur à la FBM, actif essentiellement dans le domaine clinique, dit d'emblée : « *je ne suis pas ce qu'on appelle 'science'* ». Les interviewés préfèrent parler à la première personne du pluriel ou alors avec le terme plus neutre d'« *Université* ». Les images éculées de l'*alma mater* sont mobilisées dans un but essentiellement critique : ce jeune enseignant-chercheur fustige la « *tour d'ivoire* » en disant qu'« *il est temps d'en sortir* », alors qu'un collègue en Théologie accuse « *l'effet de bulle* » de l'université : « *on ne sait plus ce qui se passe dans la société* ». Cet enseignant-chercheur chevronné en SSP regrette de manière plus ambiguë qu'on soit « *trop dans le tout ou rien : tour d'ivoire ou talk shows* ».

A noter que pour certains, le fait même de poser ces deux entités comme séparées l'une de l'autre est déjà une gageure. « *Poser d'un côté l'université et de l'autre la société, c'est un petit peu aléatoire* », juge cet enseignant-chercheur en Lettres ; il propose d'ailleurs, en parlant de la société, de dire « *univers social non-universitaire* », pour bien signaler l'appartenance de l'université à la société : « *l'Université est de toute façon prise dans l'espace social* ». Cet enseignant-chercheur chevronné en GSE juge « *cette image des scientifiques qui quittent leur tour d'ivoire pour tremper le doigt dans la Cité puis se retirer* » comme étant « *dépassée* ».

4.2 Information, débat, coproduction : quel modèle science-société ?

Au delà de la question de l'importance de la communication large, il est intéressant d'établir plus précisément le type de relation science-société dans lequel les enseignants-chercheurs inscrivent leurs activités dirigées vers un public non-spécialiste. Nous avons utilisé pour cela la typologie ternaire proposée par Michel Callon (1999). Le modèle de l'*Information* localise le moteur de la relation science-société au niveau de la confiance qu'il s'agit de gagner en comblant le déficit de connaissance du citoyen ; le scientifique doit informer un public indifférencié de manière à lui permettre d'appréhender avec de « bons outils » - ceux des scientifiques - les questions ou controverses auxquelles il est confronté. Le modèle du *Débat public* postule l'existence de corps interdépendants, les scientifiques et le public, reconnus comme des populations différenciées, et entre lesquels s'établit une communication bidirectionnelle, le débat favorisant le développement de reconnaissance mutuelle. Le modèle de la *Coproduction des savoirs* cherche à construire un savoir sur la base de l'interaction entre scientifiques et citoyens, qui tirerait justement sa légitimité de la mobilisation des publics concernés, détenteurs eux aussi d'une expertise indispensable à l'intégration des dimensions sociale et scientifique⁴⁷.

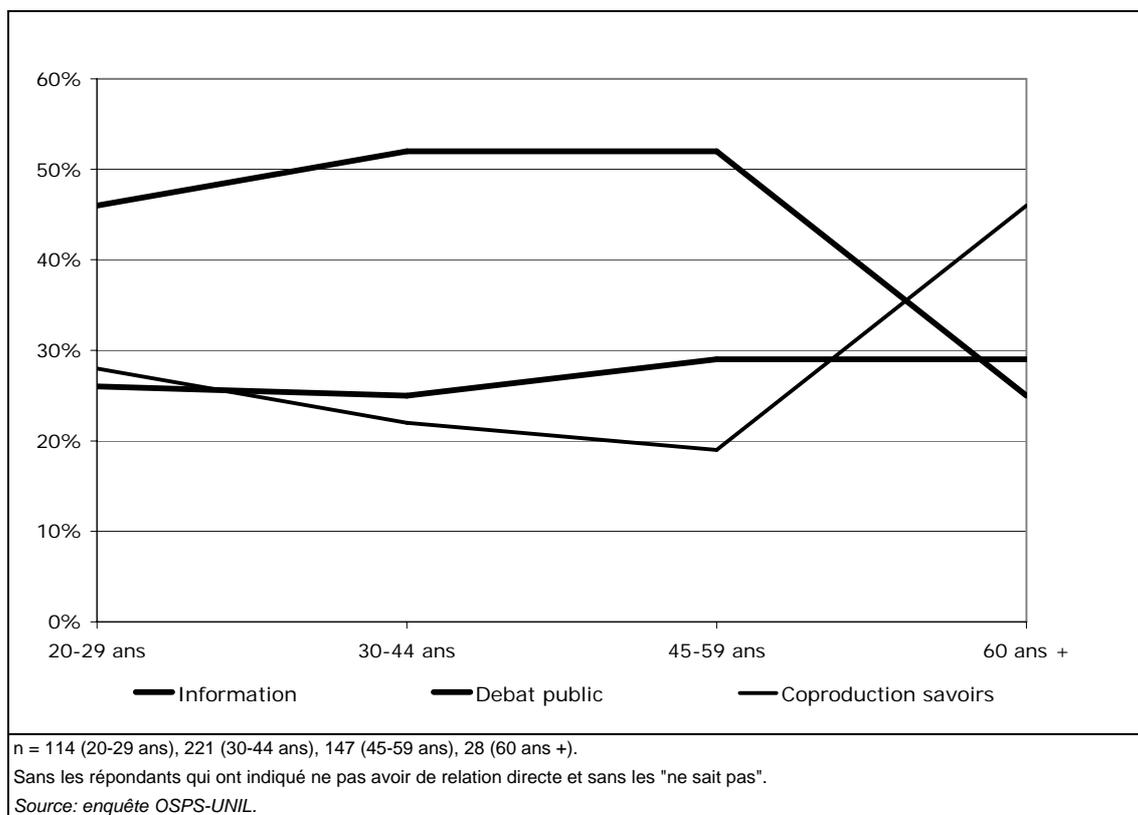
Parmi les trois modèles, le modèle 1 de l'*Information* semble réunir le plus de répondants : 49% des enseignants-chercheurs de l'UNIL inscrivent leur communication dans le modèle le plus classique, impliquant une relation unidirectionnelle et hiérarchique. Il est suivi, à parts quasi

⁴⁷ A noter que la question ne se référait pas directement aux modèles de Callon, mais les paraphrasait. : « j'informe le public sur les résultats trouvés », « je débats avec le public » et « je construis le savoir avec le public ». C'est dans ce sens indirect que nous pouvons dire, dans la suite, que des répondants s'inscrivent dans l'un ou l'autre modèle.

égales, des modèles 2 du Débat public (27%) et 3 de la Coproduction des savoirs (24%), plus dialogiques⁴⁸. De toute évidence, les auteurs qui observent que, malgré les récents efforts de redéfinition de la relation des scientifiques à la Cité, une grande partie des chercheurs continue à se situer dans le modèle canonique de la vulgarisation (cf. chapitre 2.5), n'ont pas tort.

Si le modèle de l'Information est majoritaire chez les deux sexes, les femmes s'inscrivent plus souvent dans le modèle de la Coproduction que les hommes, et ces derniers choisissent plus souvent le modèle du Débat. Les Chargés de recherche/chercheurs, et dans une moindre mesure les PO/MER et les Chargés de cours/PD, ont plus souvent choisi l'Information (74%, resp. 51%), alors que les PA/MA choisissent le plus le Débat public (41%), enfin, de manière intéressante, la Coproduction des savoirs est davantage choisie par les Assistants/doctorants mais aussi par les Chefs de service, d'unité et de projets. En accord avec ce qui vient d'être dit, la distribution des modèles de relation science-société varie sensiblement selon l'âge des enseignants-chercheurs (Graphique 1).

Graphique 1. Les trois modèles de Callon selon l'âge des enseignants-chercheurs



Les enseignants-chercheurs UNIL les plus âgés (60 ans et plus) et les plus jeunes (20-29 ans) ont plus choisi la Coproduction des savoirs (presque la moitié pour les plus âgés). L'interactivité poussée avec un public non-spécialiste serait donc le privilège à la fois de la jeunesse et de l'âge. Les âges moyens (30-44 ans et 45-59 ans) s'inscrivent davantage dans le modèle de l'Information.

La ventilation par type d'activité montre une tendance intéressante. Si les répondants plutôt actifs dans la recherche ont choisi le modèle 1 à environ 60%, ceux qui travaillent plutôt dans l'enseignement inscrivent le moins leur communication dans l'Information (environ un tiers) et nettement plus dans le Débat (30%, contre environ 20% chez les « chercheurs »), voire dans la Coproduction des savoirs (36%, contre environ 20%). De plus, les personnes actives dans des mandats ont davantage opté pour le modèle 3 que celles actives dans la recherche fondamentale.

⁴⁸ Cf. TABLEAU II en annexe. A cette question, 35% des répondants ont choisi l'option « pas vraiment de relation directe avec le public non-spécialiste ». Il s'agit notamment d'Assistants/doctorants, de membres de la FBM et d'individus actifs dans la recherche fondamentale. Ils ont été ôtés des comptages dans ce chapitre 4.2 mais sont signalés, pour information, dans le tableau en annexe. Nous constatons ainsi que plus de 40% des Assistants/doctorants, un tiers des PA/MA et tout de même un quart des PO/MER disent ne pas avoir de relation directe avec le public non-spécialiste.

Encadré 3. Quelle relation science-société ?

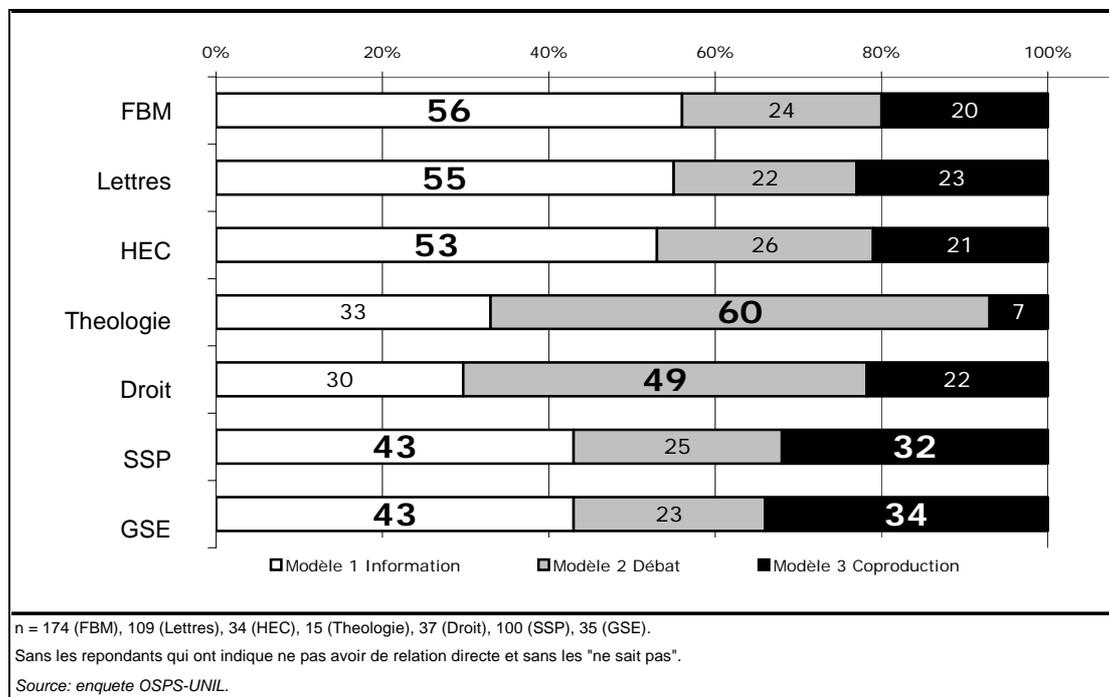
La conception de la relation qu'entretiennent – ou que devraient entretenir – la science et la société selon les enseignants-chercheurs interrogés varie considérablement dans les facultés.

Un certain nombre d'interlocuteurs voient une relation d'**information** avant tout. Cet enseignant-chercheur en Lettres trouve « *parfois surprenant de voir les questions de personnes non universitaires* » qui s'interrogent sur « *des aspects qui sont acquis à l'intérieur du milieu* » qu'il faut alors « *réexpliquer vis-à-vis des profanes* ». « *Il y a beaucoup de votations qui n'ont pas passé parce que le public ne sait pas* », regrette ce jeune collègue en Droit (sciences criminelles) : les gens sont « *mal renseignés* » alors qu'ils sont « *de plus en plus amenés à voter* ». Cet enseignant-chercheur à la FBM craint même une trop grande emprise de la sociologie des sciences et d'une « *discussion du savoir* », aux dépens de la « *transmission des résultats* ». Dans ce modèle, il faut « *connaître les questions que se posent (les gens), leurs préoccupations* ». « *On doit apprendre, et de facto on apprend* », dit ce collègue en Théologie ; un autre collègue jeune estimant qu'en communiquant avec le public, « *on apprend aussi quelque chose sur les attentes des gens* ».

Certains souhaitent aller vers un **débat public**. Ce jeune enseignant-chercheur en Lettres regrette la « *confrontation* » entre les universités et les acteurs du terrain, qu'il faut dépasser : « *il faut vraiment qu'on y aille en disant : mais voilà, il faut qu'il y ait un dialogue, et puis la science avance avec le dialogue* ». C'est un « *va-et-vient* », estime ce jeune interlocuteur en SSP, qui voudrait « *plus de retours vers la société* » dans « *une logique de recherche-action* ». D'autres vont plus loin, en direction d'une **coproduction des savoirs**. Cet enseignant-chercheur en GSE parle d'une « *interaction* » avec différents acteurs de la société civile et évoque des possibilités de synergies : il faut « *voir ce qu'on peut faire ensemble* ».

La répartition des modèles de relation science-société change enfin considérablement selon les facultés : elle permet de dégager des profils disciplinaires nettement distincts en termes de conception de la communication envers un public non-spécialiste (Graphique 2).

Graphique 2. Les trois modèles de Callon dans les facultés



C'est à la FBM, en Lettres et en HEC que l'on inscrit le plus la communication large dans le modèle 1 de l'Information. En Droit et, plus encore, en Théologie, on se situe davantage dans le modèle 2 du Débat public (50% et plus des enseignants-chercheurs ont choisi cette option). Finalement si en SSP et dans les GSE, le modèle 1 est majoritaire, c'est ici que l'on s'inscrit le

plus dans la Coproduction des savoirs : un tiers des répondants y a choisi cette option, contre un quart ou un cinquième dans les autres facultés.

Encadré 4. Images du public : entre citoyen et payeur d'impôts

Selon le type de relation que l'on pose, l'image du destinataire de la communication change considérablement. Une image répandue est celle du **citoyen**, donc aussi du votant. Cet enseignant-chercheur en Droit observe ainsi que les gens sont « *mal renseignés* » alors qu'ils sont « *de plus en plus amenés à voter* » ; communiquer signifie donc aussi s'assurer que des votations importantes pour les scientifiques aient des chances de passer. Une autre image, évoquée en marge dans les entretiens, est celle du public (futur) étudiant, pour les répondants qui pensent en termes de relève. A noter qu'en filigrane dans les entretiens (ainsi que dans les réponses ouvertes données à l'enquête on-line), d'autres images du destinataire sont lisibles, comme celle d'un public curieux, intéressé, éclairé, voire à conscientiser.

Dans les entretiens, le destinataire est toutefois le plus souvent décrit comme **payeur d'impôts**. La communication s'inscrit alors dans une idée d'*accountability* : beaucoup d'interlocuteurs relèvent, comme cet enseignant-chercheur à la FBM, qu'« *on est financé par la société* ». « *L'Université doit rendre compte de ses travaux, de ses activités* », dit aussi cet enseignant-chercheur en Lettres, tandis que ce collègue en GSE estime que « *les citoyens ont le droit de savoir ce qu'ils payent* ». Ce jeune enseignant-chercheur en Lettres estime qu'on ne doit pas communiquer « *dans le but de se légitimer* » mais pense en même temps que l'on doit « *montrer où va l'argent, et montrer que ce qu'on fait sert à quelque chose* ». Cet interlocuteur en Théologie parle d'un « *juste retour des choses* » car le salaire des universitaires « *vient des impôts* », donc ce qu'on fait doit « *être utile* » à la société. Un interlocuteur en Droit propose un modèle d'*accountability* réduit aux décideurs, à qui il faut rendre compte : « *on a de l'argent de l'Etat* », il est donc « *normal* » de « *rendre compte* » et ce « *aux députés, au politique* ».

4.3 Expert ou généraliste ? Le rôle du scientifique dans l'espace public

Interrogés sur le type de rôle qu'ils jouent quand ils interviennent dans l'espace public ou dans les médias, les trois quarts des enseignants-chercheurs concernés⁴⁹ répondent qu'ils sont plutôt spécialistes ou experts d'un domaine (76%), seule une petite minorité (5%) d'entre eux s'identifiant à la figure de l'intellectuel qui nourrit le débat public (17% ayant répondu « les deux »).

Si l'on enlève les « ne s'applique pas à moi » (option un peu plus choisie par les femmes), il n'y a pas de différence entre hommes et femmes. Les PO/MER se retrouvent nettement du côté des spécialistes (78% indiquent l'être) et, plus encore, les PA/MA (89%) ainsi que les Chargés de cours/PD (89%). Les Assistants/doctorants se voient le moins comme des spécialistes (63%) et le plus comme « les deux » (24%) ou comme « aucun des deux » (5%). Logiquement, la part de « spécialistes » augmente au début avec l'âge : elle passe d'environ 60% chez les enseignants-chercheurs de 20-29 ans à autour de 80% chez les 30-44 ans et les 45-59 ans, pour redescendre à 70% environ chez les 60 ans et plus – c'est dans les catégories extrêmes que l'on retrouve le plus de « généralistes » (un peu moins de 10%, contre moins de 5% dans les catégories intermédiaires).

En termes de types d'activités, ce sont les cliniciens (90%) et les personnes actives dans la recherche (78%) qui se voient le plus comme des spécialistes, alors que les personnes majoritairement actives dans l'enseignement se voient un peu plus que les autres statuts comme pouvant jouer les deux rôles de spécialiste et de généraliste (plus d'un quart l'indiquent). En termes de type de recherche, les personnes qui travaillent en recherche appliquée et sur des mandats se voient, sans surprise, davantage comme des spécialistes que les répondants actifs dans la recherche fondamentale.

Le modèle du spécialiste ou de l'expert se retrouve loin devant dans toutes les facultés, mais avec des variations. En Théologie et à la FBM, on se déclare nettement plus souvent « spécialiste »

⁴⁹ Cf. TABLEAU III en annexe. Un bon quart des répondants a coché l'option « ne s'applique pas à moi », indiquant qu'ils n'interviennent pas dans l'espace public. Fort logiquement, il s'agit ici pour une majorité (deux tiers) de personnes qui avaient indiqué à la Question 2 ne pas avoir de communication directe avec un public non-spécialiste. Le taux de personnes considérant que cette question ne s'adresse pas à eux est un peu plus important en Théologie, Droit et HEC. Les pourcentages pour cette question ont été calculés sans eux.

(plus de 80%). En Lettres, GSE, Droit et SPP, le pourcentage est autour de 70% ; dans ces facultés, on a un peu plus choisi l'option « les deux ». En HEC, on se dit le moins « spécialiste ». L'option « généraliste », partout faible, a un peu plus été choisie en HEC et en GSE.

Encadré 5. Rôles des scientifiques : communicateurs, gestionnaires, chercheurs...

Le rôle du scientifique varie lui aussi selon la relation posée. En général, la vision pécuniaire des rapports Cité-Université implique pour nos interlocuteurs un **scientifique-communicateur**, ces activités faisant « *partie du travail* ». Mais l'image inverse existe aussi, et ce à partir du même modèle : cet enseignant-chercheur en SSP est horrifié à l'idée qu'« *on paye Fr. 200'000.-* » un Prof. qui « *fait le pitre* » dans des événements comme les Portes ouvertes, qui ne font « *pas partie de son travail* ». Dans cette vision, les chercheurs « *ont le privilège d'être payés pour lire et étudier, il faut faire cela* » ; c'est l'image du **scientifique-chercheur**. Ce collègue en Lettres estime lui qu'il faut changer l'image défavorable et repliée qu'ont les scientifiques : « *c'est important de faire savoir que tous les universitaires ne sont pas des Professeur Tournesol, qu'on est capable de gérer des entreprises [comme une exposition], impliquant correspondance et gestion budgétaire, relations publiques, etc.* ». Dans cette conception d'un **scientifique-gestionnaire**, il s'agit de « *montrer que les universitaires ne sont pas seulement des scientifiques, mais qu'ils ont aussi des compétences en matière de gestion* », ceci certes « *sans oublier la vocation première des chercheurs* ».

4.4 Attitudes envers la science et la relation science-société

Enfin, toujours au chapitre des représentations, on a voulu cerner les attitudes des enseignants-chercheurs par rapport à la science et à la communication envers un large public⁵⁰. En tout, sept énoncés ont été soumis à l'appréciation des répondants.

Interrogés sur le bilan entre les bienfaits et les effets nuisibles de la science⁵¹, une majorité relative des répondants choisit les bienfaits (36%, contre 26% les effets nuisibles). Cependant, cette question enregistre un taux élevé de « ni l'un, ni l'autre » (28%) et de « ne sais pas » (11%), indiquant une ambivalence. Cela peut étonner, mais les scientifiques sont plus sceptiques envers la science que la population suisse dans son ensemble : les bienfaits recueillent 35% des enseignants-chercheurs mais 43% dans la population suisse (Crettaz von Roten, 2006).

Parmi les enseignants-chercheurs de l'UNIL, les hommes sont un peu plus optimistes (38% de bienfaits), de même que les PO/MER (43%), rejoints, une fois n'est pas coutume, par les Chargés de recherche/chercheurs (40%). Les plus sceptiques sont les PA/MA (29%) et, plus encore, les Chefs de service, d'unité ou de projets (24%). Les différences disciplinaires sont frappantes et suivent la ligne de démarcation entre les sciences « dures » et « molles » : on souscrit très fortement à cet énoncé à la FBM (48%) mais aussi en HEC (48%), moins par contre en SSP (23%), en Droit (23%) et, surtout, en Théologie (18%).

On a également analysé la vision du travail scientifique : vision « autonome » ou vision intégrée dans la société⁵². Seul un quart des répondants souscrit à la première (26% contre 49% pour la seconde). La vision autonome est un peu plus partagée par les hommes (28%), mais aussi par les PO/MER (31%), les PA/MA (34%), alors que les Chargés de cours/PD (17%) ou les Chefs de service, d'unité ou de projets (15%) y adhèrent le moins. C'est en Lettres (41%) et, dans une moindre mesure, en GSE (28%), que l'on a la conception la plus autonome de la science, alors que cette conception est la moins choisie en Théologie (9%).

Cette vision intégrée de la science implique également des liens entre la recherche et les préoccupations quotidiennes des gens : deux tiers des enseignants-chercheurs de l'UNIL font aisément ces liens (68%)⁵³. Cependant, ce lien est un peu moins établi par les femmes (64%), de même que par les Assistants/doctorants (58%), alors que les PO/MER (77%), Chargés de cours/PD (80%) et les Chefs de service, d'unité ou de projets (85%) établissent très nettement ce

⁵⁰ Cf. TABLEAU IV en annexe.

⁵¹ « Les bienfaits de la science sont plus importants que les effets nuisibles qu'elle peut avoir ».

⁵² « Les objets de recherche se définissent par le biais d'enjeux scientifiques, la société n'intervient pas à ce stade ».

⁵³ « Il est possible de faire un lien entre mes recherches et les préoccupations de tous les jours des gens ».

lien. On arrive davantage à faire le lien entre ses recherches et la vie de tous les jours des gens en SSP (83%), alors que c'est le moins le cas en Droit (45%).

Au final, le travail scientifique doit pouvoir être vulgarisé : une large majorité des enquêtés estime possible de résumer ses travaux de manière compréhensible pour un public non-spécialiste⁵⁴ (87%, c'est le plus haut score de tous les énoncés). Les différences par statut sont minimales, alors que celles par faculté sont plus nettes. Ainsi, on estime plus facilement pouvoir vulgariser en SSP (92%) et à la FBM (90%) ; à l'inverse, cela semble moins facile en Théologie (77%) et en HEC (76%), même si l'accord, en dessous du taux mesuré sur l'ensemble des personnes, est toujours largement majoritaire.

Au-delà de la vulgarisation, de nombreux auteurs ont recommandé la forme ludique pour communiquer avec un large public. Les trois quarts des enseignants-chercheurs y souscrivent⁵⁵ (73%). C'est un peu plus le cas des Chargés de cours/PD (78%) et des Chargés de recherche/chercheurs (81%), mais moins des Assistants/doctorants (71%) et, surtout, des PA/MA (63%). On observe des différences disciplinaires : c'est à la FBM (85%) qu'on y souscrit le plus, suivie d'HEC (78%), à l'opposé de SSP et de la Théologie (68%), des Lettres (59%) et du Droit (57%), le principe d'une communication ludique étant cependant toujours majoritairement accepté.

A côté de la forme se pose également la question du contenu de la communication avec un public large. La grande majorité des enseignants-chercheurs de l'UNIL estime devoir communiquer les implications sociales et éthiques de leur recherche⁵⁶ (80%). Ce résultat correspond aux tendances trouvées à l'étranger (cf. chapitre 2.2). Le contenu social et éthique est autant souhaité par les hommes et les femmes ; cependant les PO/MER les exigent plus (85%), à l'inverse des PA/MA (77%) et des Assistants/doctorants (76%), même si toujours majoritairement. Il y a des différences notables par faculté : ce contenu est le plus plébiscité à la FBM (85%), en GSE (84%) et en Théologie (82%), à l'opposé de HEC (67%) et du Droit (65%), même si toujours majoritairement.

Finalement, nous avons cherché à tester la valorisation/dévalorisation de la communication large : une majorité relative estime que dans son domaine la communication large n'est pas mal perçue⁵⁷ (47%, un quart estime qu'elle est mal perçue et un cinquième est ambivalent). Cette perception est variable selon les statuts : ainsi, les Chargés de cours/PD (37%) et les PA/MA (36%) pensent nettement plus qu'il y a une dévalorisation par les collègues, à l'inverse des Assistants/doctorants (18%). On observe aussi de légères différences selon les facultés : la dévalorisation est plus perçue en SSP (31%) mais aussi en GSE (30%), à l'inverse de la Théologie (23%), du Droit (22%) et, surtout, des Lettres (18%) et de HEC (13%).

⁵⁴ « Un chercheur dans mon domaine devrait pouvoir résumer de manière compréhensible ses travaux à un public non-spécialiste ».

⁵⁵ « Concevoir des événements de communication scientifique sur un mode ludique est une bonne chose ».

⁵⁶ « Les scientifiques ont le devoir moral de communiquer avec un public non-spécialiste sur les implications sociales et éthiques de leur recherche ».

⁵⁷ « Dans mon domaine, un scientifique qui communique beaucoup et est très présent dans l'espace public risque d'être mal perçu par ses collègues ».

5. L'engagement public des enseignants-chercheurs

La littérature montre que les scientifiques sont conscients de l'importance qu'il y a à communiquer avec la société ; ceux de l'Université de Lausanne ne font pas exception sur ce point. Qu'en est-il toutefois de la réalité des activités des enseignants-chercheurs de l'UNIL dans ce domaine ? Quelles sont les tendances qui se dégagent ? Y a-t-il un lien entre la fréquence de communication dirigée vers un public non-spécialiste et celle adressée aux pairs ? Quelle influence ont le profil et les attitudes des enseignants-chercheurs sur ces activités ? Enfin, à qui s'adressent les enseignants-chercheurs de l'UNIL dans leur communication scientifique large ? C'est à ces questions que veut répondre ce chapitre.

5.1 Inventaire des activités de communication large

L'enquête permet de chiffrer dans le détail les différentes activités de communication menées par les enseignants-chercheurs de l'UNIL en direction d'un public non-spécialiste (Tableau 3)⁵⁸.

Tableau 3. **Activités de communication envers un public non-spécialiste, 2006-2007**
(en % des répondants)

	non	oui	1 fois	2-3 fois	4 fois +
Intervention dans formation continue à public hors-université	53	46.8	22	16	8
Conférence publique, cours public, intervention dans grand débat	53	46.5	22	17	7
Rédaction article dans magazine scientifique grand public	60	40	24	14	2
Interview dans quotidien ou magazine grand public	63	37	18	13	6
Participation événement d'information scientifique hors-UNIL	66	34	19	11	4
Participation émission TV ou radio	67	33	19	10	4
Intervention devant commission hors-UNIL	73	27	15	7	5
(Co-)rédaction ouvrage ou chapitre de vulgarisation	75	25	19	5	1
Intervention devant association, ONG, groupe d'intérêt	77	23.3	14	6	3
Communication résultats envers public large via site Internet	77	22.7	13	7	3
Intervention dans école (gymnase, secondaire, primaire)	79	21	12	4	5
Rédaction communiqué de presse	80	20	14	5	1
Participation active Portes ouvertes 2006 ou 2007	84	16	14	2	0.2
Intervention dans café scientifique	86	14	10	3	1
Visite guidée dans ou collaboration avec musée	91	9	5	2	2
Proposition activité dans Passeport vacances UNIL	96	4	2	1	1
Participation journée des parlementaires à l'UNIL	97	3	3	0.2	0
Autres*	99	1	1	0	0

*Non ventilables.

Source : Enquête OSPS-UNIL (n = 810).

Même si l'importance de la communication envers un public large a été affirmée d'une manière générale par les répondants (chap. 4), le tableau montre – comme dans d'autres enquêtes menées à l'étranger – un engagement variable selon les activités :

- Parmi les activités les plus entreprises, presque la moitié des enseignants-chercheurs de l'UNIL sont intervenus, dans l'année académique passée, dans le cadre d'une formation continue à l'extérieur de l'UNIL : c'est l'activité dirigée vers un public non-spécialiste

⁵⁸ Dans les études menées à l'étranger, différentes périodes ont été utilisées pour mesurer l'engagement des scientifiques, variant entre douze mois et 3 ans. Nous avons choisi comme cadre temporel de référence l'année académique 2006-2007, sur laquelle les répondants devaient faire un inventaire de leurs différentes activités.

effectuée par le plus de répondants. Une proportion à peu près identique de personnes a donné au moins une conférence ou un cours public.

- Entre un tiers et deux cinquième des répondants ont, dans les douze mois écoulés, rédigé au moins un article dans un magazine scientifique de vulgarisation, été interviewés par un quotidien ou magazine, participé à un événement d'information à l'extérieur de l'UNIL ou encore participé à une émission TV ou radio ; il s'agit là d'un engagement bien plus important que celui mesuré en Grande-Bretagne dans les sciences exactes⁵⁹.
- Environ un quart des enseignants-chercheurs sont intervenus devant une commission hors-UNIL, ont rédigé un ouvrage ou chapitre de vulgarisation, sont intervenus devant une association, une ONG ou un groupe d'intérêt, enfin ont communiqué les résultats de leur travail à un public large via Internet (le pourcentage élevé pour ce dernier point montre que ce moyen de communication gagne en importance).
- Un cinquième des enseignants-chercheurs sont intervenus dans une école, ou ont rédigés un communiqué de presse.
- Seul un répondant sur six (16%) a participé activement aux Portes ouvertes de l'*alma mater* vaudoise 2006 ou 2007, une activité qui doit permettre de toucher un public large ; ce taux est bien plus modeste que côté anglais et sciences « dures », ou plus de la moitié des chercheurs ont participé à une telle activité. Un peu moins de répondants (14%) sont intervenus lors d'un café scientifique.

Si les chiffres pour les différentes activités peuvent parfois sembler modestes, ils sont plus élevés quand on se limite aux PO/MER, qui apparaissent dans l'enquête en première ligne pour la relation de l'université avec la société. Ainsi, les deux tiers des PO/MER sont intervenus dans des formations continues à l'extérieur de l'UNIL, presque 60% ont participé à une émission radio ou TV, plus de la moitié ont rédigé un article de vulgarisation, environ 40% ont rédigé un communiqué de presse, et un tiers ont communiqué leurs résultats via Internet. Nous verrons plus loin que les PO/MER ont le nombre moyen d'activités le plus élevé.

Encadré 6. Les autres activités de communication signalées par les répondants

Très hétéroclites, les « autres activités » indiquées par les répondants – une soixantaine en tout – suggèrent un éventail d'activités dirigées vers un public non-spécialiste très large⁶⁰. Des propositions ont un peu plus souvent été faites en SSP, Lettres et GSE.

- Certaines personnes ont indiqué des types d'événements non répertoriés, qu'ils soient d'envergure (« *Semaine du cerveau* », « *Journées de la schizophrénie* », « *Fête de la science* » en France, ou encore « *Journée WWF* » ou « *Journée osez tous les métiers* ») ou plus intimistes (« *lectures* », « *intervention chez des privés* », voire une « *conférence privée* »).
- Un certain nombre de répondants ont renvoyé à des cours extra-universitaires (« *formation HEP* », « *formation continue pour enseignants* ») ou à des recherches dans un cadre non académique (« *soutien à la recherche dans le cadre d'une association* », « *rapport non académique dans le cadre d'un projet de la commission européenne* »). Un répondant a indiqué des « *interactions avec l'industrie* » ; un autre a mentionné la « *direction d'une collection destinée à un public non spécialisé* ». Pour certains, les cours donnés aux étudiants à l'UNIL font partie de la communication à l'attention d'un public large.
- Sont également mentionnés des supports non inclus dans la liste proposée : « *brochures de vulgarisation pour parents et enfants* », « *brochure destinée à des professionnels* », « *cd-rom pour les écoles* », « *guide d'excursions* », ou encore « *journal syndical* ». Ou aussi des modalités de communication à finalité administrative ou politique : « *conférence pour autorités politiques* », « *publication lue par députés du Grand conseil* » ou encore « *expertises judiciaires* » qui sont « *par essence destinées à un public non scientifique* ».
- Enfin, quelqu'un a estimé que l'accueil, chaque année pour les Cours de vacances, de 500 personnes extérieures à l'UNIL, voire au monde académique, représente une « *vitrine de l'UNIL* » car cela « *met en contact un très large public avec une manière universitaire d'enseigner les langues* », une activité « *entre la vulgarisation et l'application de savoirs* ».

⁵⁹ Parmi eux, 25% avaient publié pour un public non-spécialiste, 23% avaient été interviewés par un journaliste papier et 12% par la radio, enfin 20% avaient participé à un débat ou à un « *public dialogue event* » dans les douze mois (Royal Society, 2006).

⁶⁰ Dans la grande majorité des cas, ces réponses ont pu être ventilées dans les rubriques existantes.

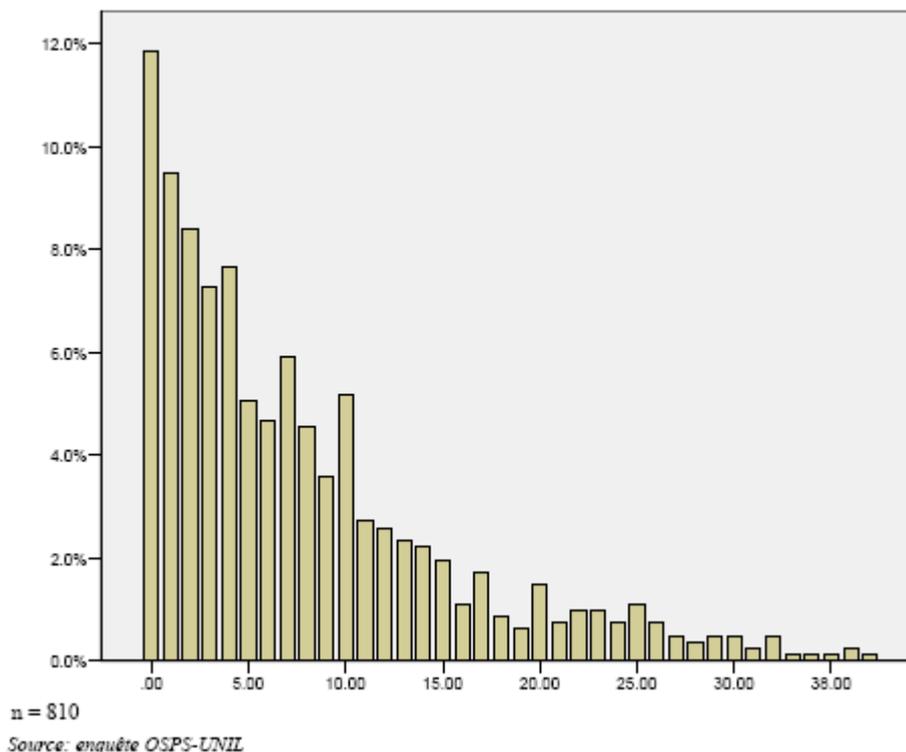
Une analyse factorielle effectuée sur les activités menées par les enseignants-chercheurs de l'UNIL permet de dégager une structure en quatre dimensions :

- Une première catégorie d'activités regroupe des activités *canoniques*, comme les conférences, les formations continues, les interventions devant des commissions ou des associations, dans les médias et des événements d'information scientifique, ainsi que la rédaction d'ouvrages de vulgarisation ou de communiqués de presse.
- Une deuxième dimension regroupe des activités plus *festives* comme les Portes ouvertes, le passeport vacances et les visites dans les musées.
- Une troisième dimension oppose des activités plus *récentes*, comme les cafés scientifiques et les interventions dans les écoles à la communication via Internet.
- La quatrième dimension concerne un *destinataire spécifique*, plus précisément les activités de communication dirigées vers les politiques.

5.2 Assidus, sporadiques et « inactifs »

Nous avons également calculé pour chaque répondant le total d'activités effectuées vers un public non-spécialiste. La distribution du total d'activités effectuées par les répondants en 2006-2007, représentée dans le Graphique 3, montre une grande hétérogénéité de pratiques parmi les enseignants-chercheurs de l'UNIL.

Graphique 3. **Distribution total d'activités des enseignants-chercheurs dirigées vers un public large, 2006-2007**



Parmi les 6186 activités effectuées dans l'année 2006-2007 par les enseignants-chercheurs UNIL ayant répondu à notre enquête, les différents enseignants-chercheurs ont contribué de manière fort inégale. En effet, 12% des répondants n'ont fait aucune activité de communication large dans l'année 2006-2007 – c'est dans ce sens très précis que nous parlerons d'« inactifs » dans la suite de ce rapport. 25% des répondants ont fait entre 1 et 3 activités, 42% de 4 à 12 (de une tous les trois mois jusqu'à une par mois en moyenne) ; 21% ont fait plus de 12 activités de communication large en 2006-2007. Si 12% des enseignants-chercheurs de l'UNIL n'ont participé à aucune activité, dans d'autres études, la part d'« inactifs » s'élève à 26% (Royal

Society, 2006 : 10), voire à 44% (Wellcome Trust, 2001 : 36) ; une étude française (Jensen et Croissant, 2007) montrait même un taux d'« inactifs » de 51% (sur trois ans) en la matière. Ce taux lausannois d'inactifs dans le domaine science-société relativement bas est peut-être lié à la liste des activités proposées, relativement longue et variée⁶¹, ou à un phénomène d'acquiescement à la longue liste proposée. La comparaison est également rendue difficile vu les domaines couverts : les deux premières études mentionnées concernent les sciences « dures » (sciences exactes et ingénierie pour la première, domaine biomédical pour la seconde), alors que notre échantillon est composé pour majorité d'enseignants-chercheurs des sciences humaines.

Nos analyses révèlent qu'une frange d'assidus a fourni une grande partie des activités de communication dirigées vers un public non-spécialiste : les 20% les plus actifs en la matière ont effectué plus de la moitié (55%) des activités. Dans ce groupe d'enseignants-chercheurs les plus assidus, les PO/MER sont nettement surreprésentés (comme aussi les Chargés de cours/PD), à l'inverse des Assistants/doctorants et des Chargés de recherche/chercheurs, sous-représentés. Ces assidus sont d'ailleurs plus fortement dans la force de l'âge : près de 50% d'entre eux se situent dans la catégorie d'âge (45-59 ans) contre environ 25% dans l'ensemble des répondants. A l'inverse, presque 60% des individus du groupe d'« inactifs » sont dans le premier groupe d'âge (20-29 ans) contre 28% sur l'ensemble des répondants, c'est-à-dire la catégorie d'âge où l'on est réputé plus actif dans la construction de son dossier scientifique et dans l'élaboration de sa thèse. Vu le déséquilibre de la représentation hommes-femmes dans les différents statuts, les hommes sont également surreprésentés parmi les plus assidus. De manière intéressante, tant les personnes plutôt engagées dans la recherche que celles plutôt actives dans l'enseignement sont sous-représentées, et ce sont de fait les individus engagés à égalité dans les deux domaines (comme aussi par ailleurs les cliniciens) qui sont surreprésentés. Sans surprise par contre, les personnes davantage actives dans la recherche fondamentale sont moins représentées dans cette frange des plus assidus que celles qui sont dans la recherche appliquée (ou dans les deux).

5.3 Un engagement différentiel selon le profil

Nous avons ensuite cherché à déterminer si l'engagement parmi la longue liste d'activités de communication large variait selon le profil des enseignants-chercheurs, à savoir selon le sexe, l'âge, le statut et la faculté, ainsi que d'autres variables comme la répartition recherche-enseignement ou le type d'activités de recherche poursuivies⁶².

On constate tout d'abord de fortes variations par sexe. Les femmes, déjà moins nombreuses parmi les enseignants-chercheurs de l'UNIL, ont proportionnellement moins effectué presque toutes les activités de communication en 2006-2007. La différence de participation est maximale dans le domaine des médias (environ deux fois moins) : que ce soit pour les interviews à des quotidiens ou magazines (44% des hommes contre 24% des femmes), la participation à des émissions (41% contre 18%) ou la rédaction de communiqués de presse (25% contre 11%). La différence est également grande pour les interventions dans le cadre de formations continues (52% des hommes sont intervenus contre 36% des femmes) et les conférences publiques (51% contre 37%). Les taux hommes-femmes sont équilibrés seulement dans les interventions dans des écoles (22% et 19%) ou la participation aux Portes ouvertes (16% et 15%). Par ailleurs, les hommes dans notre échantillon ont fait en moyenne 8.8 activités par personne en 2006-2007, alors que chez les femmes la moyenne s'élève à 5.2 ; de même, chez les premiers, le taux d'« inactifs » est de 10%, alors qu'il est de 15% chez les secondes. Ces différences peuvent être liées au taux d'engagement différent – plus souvent à temps partiel – des femmes; ces variations peuvent aussi être avant tout liées aux statuts différents occupés par les hommes et les femmes : en effet, plus on monte dans la hiérarchie universitaire (où les hommes sont davantage représentés, les femmes nettement sous-représentées), plus le degré d'engagement est important. Cette hypothèse de l'effet de l'interaction sexe-statut sur le niveau d'engagement sera testée par une analyse multivariée au point 5.4.

⁶¹ Deux remarques peuvent être faites sur cette liste d'activités. D'un côté, cette liste, complétée sur la base des *inputs* reçus par les différents représentants des facultés dans le groupe d'accompagnement et lors des entretiens, correspond probablement si bien à la réalité des pratiques dans chacune des facultés que chacun y trouve son compte ; l'addition de chacune des participations donne alors l'impression d'une population globalement très active, et une part d'« inactifs » très restreinte. De l'autre, les deux premières rubriques de la question « conférence publique, cours public, grand débat public » et « formation continue à un public extérieur à l'université » ont peut-être été interprétées de manière très large.

⁶² Cf. TABLEAU V en annexe.

Ainsi, les PO/MER sont proportionnellement plus nombreux que les PA/MA à avoir eu des activités de communication large dans l'année concernée. Les écarts sont parfois faibles (68% des premiers ont donné une conférence, contre 59% des seconds), parfois plus importants (rédaction d'un communiqué : 39% contre 14%). Les seules activités où les chiffres de ces deux groupes se rapprochent sont les interventions devant des associations, ONG ou groupes d'intérêt, les interventions dans les écoles ainsi que les interventions dans des cafés scientifiques. Les PO/MER ont d'ailleurs fait 11.9 activités en moyenne par personne (ce qui est la moyenne maximale des différents statuts), contre 9 chez les PA/MA. Sans surprise, les Assistants/doctorants participent beaucoup moins à toutes les activités, sauf pour les Portes ouvertes de l'UNIL où ils égalent les PA/MA. Ils ont fait en moyenne par personne 4.3 activités (contre 7.6 sur l'ensemble des répondants) ; 21% ont été inactifs en la matière (contre 12% sur le total). Les Chargés de recherche/chercheurs ont un engagement sensiblement supérieur à celui des Assistants/doctorants : un nombre moyen d'activité plus élevés (5.3 contre 4.3) et une part d'« inactifs » moins grande (11% contre 21%).

L'analyse de l'engagement selon le profil comprenait deux éléments : une vision globale (moyenne du nombre d'activités par groupe, pourcentage d'« inactifs » par groupe) et une vision transversale (pourcentage d'actifs pour chaque type d'événement par groupe). Cette analyse a été complétée par une mesure plus « quantitative » de la vision transversale : pour chaque type d'activité, on a calculé la moyenne du nombre d'activités par personne dans chaque groupe (par exemple, la moyenne du nombre d'articles de vulgarisation rédigés par PO/MER en 2006-2007)⁶³. Si ces résultats relativisent l'importance de l'engagement (en moyenne, chaque individu fait moins d'une activité de chaque type par an, même pour les activités les plus fréquentes), ils aboutissent à des résultats concordants avec les analyses précédentes. Par exemple, les hommes, qui avaient des pourcentages d'actifs nettement supérieurs sauf pour les écoles et les Portes ouvertes où il y avait égalité, ont des moyennes nettement supérieures à celles des femmes (sauf pour les écoles et les Portes ouvertes où il y a égalité). De même, les PO/MER, qui avaient le pourcentage d'actifs le plus élevé dans 8 types d'activités, ont également la moyenne d'activités la plus élevée pour 8 types d'activités ; à l'inverse, les Assistants/doctorants qui n'avaient aucun pourcentage d'actifs le plus élevé, n'ont également aucune moyenne d'activités la plus élevée.

Le nombre moyen d'activités effectuées globalement en 2006-2007 varie logiquement selon l'âge des enseignants-chercheurs. Alors que les répondants de 20-29 ans en ont effectué 3.3 et ceux de 30-44 ans 7.8, le chiffre s'élève à 11.5 pour les enseignants-chercheurs de 45-59 ans et à 10 pour les plus âgés. Ainsi, si un peu plus de 60% des 45-59 ans et des plus âgés ont donné une conférence ou un cours public en 2006-2007, ce n'est que le cas de 26% des enseignants-chercheurs de 20-29 ans. Pour certaines activités, ce lien avec l'âge est très fort. C'est notamment le cas de la communication via les médias : si 61% des enseignants-chercheurs de 45-59 ans ont donné une interview pour la presse en 2006-2007, ce n'est le cas que de 12% des répondants de 20-29 ans ; de même, 53% des premiers ont participé à une émission radio ou TV, contre seulement 8.5% des seconds. Ceci pourrait s'expliquer par le fait que les médias sont friands d'interlocuteurs jugés légitimes dans le champ académique, notamment de personnes portant le titre de professeur.

Les différentes activités sont également poursuivies de manière très inégale d'une faculté à l'autre. Si l'on compte le nombre de maxima et de minima par faculté, on distingue trois groupes⁶⁴ :

- Il y a tout d'abord les facultés qui ont plus de maxima que de minima et dont le nombre moyen d'activités menées par enseignant-chercheur en 2006-2007 est très élevé, ce qui indique que la polyvalence s'accompagne d'une certaine assiduité : on peut, de ce fait, qualifier ces facultés de « généralistes ». Il s'agit de la Théologie (6 maxima contre 0

⁶³ Cf. TABLEAU Vbis en annexe. Puisque le but de cette recherche est d'étudier l'engagement et non pas de faire un *ranking*, le questionnaire ne demandait pas le nombre précis d'occurrence pour chaque type d'activité de communication large mais selon 4 classes (0 fois, 1 fois, 2-3 fois, plus de 4 fois), par conséquent les moyennes seront légèrement biaisées vers le bas (légèrement, car les pourcentages de « 4 fois et plus » sont faibles, cf. Tableau 3).

⁶⁴ Dans certains cas, la faculté ayant le maximum avait une valeur nettement supérieure à celle des autres facultés (par ex le Droit et l'intervention dans les formations continues), mais dans d'autres cas, elle était suivie de près par une faculté avec un pourcentage proche qui ne sera cependant pas créditée d'un maximum (par ex. la Théologie est créditée du maximum pour les interviews dans un quotidien, mais pas les SSP qui ont pourtant un pourcentage proche). Les activités dont le maximum était de moins de 10% (3 des 18 catégories d'activités) n'ont pas été incluses dans cette typologie.

minima, une moyenne de 9.4) et, dans une moindre mesure, des Lettres (3 contre 2, une moyenne de 8.2).

- Vient ensuite un groupe de facultés qui ont autant de maxima que de minima, et donc une structure d'activités mixte : leur engagement peut donc être considéré comme « mixte ». C'est le cas des HEC et de la FBM (2 maxima pour 2 minima, 7.8 et 7.2) ainsi que des SSP (1 pour 1, 7.2).
- Finalement, on distingue un groupe de facultés qui ont un nombre d'activités plutôt bas car ciblé sur certains secteurs, et donc chez qui les minima surpassent les maxima : on peut de ce fait les qualifier de « spécialistes ». C'est le cas en Droit (2 maxima pour 6 minima, 7) et dans les GSE (2 pour 4, 6.9).

Le Tableau 4 récapitule ces trois types d'engagements disciplinaires par rapport aux différentes activités de communication large.

Tableau 4. Les trois profils facultaires de l'engagement public

	« généraliste »		« mixte »			« spécialiste »	
	Théologie	Lettres	HEC	FBM	SSP	GSE	Droit
Maxima	6	3	2	2	1	2	2
Minima	0	2	2	2	1	4	6
Nbre d'activités en 2006-2007	9.4	8.2	7.8	7.7	7.2	6.9	7

Selon le rapport maxima/minima puis selon le nombre moyen d'activités.

Source : enquête OSPS-UNIL.

Dans le détail des activités, les conférences publiques et grands débats sont une spécialité en Théologie et Lettres (c'est le moins le cas à la FBM) ; les interviews à la presse sont une spécialité en Théologie et en SSP (le moins le cas en Droit et dans les GSE). C'est également en Théologie que l'on rédige le plus d'ouvrages ou chapitres de vulgarisation (le moins à la FBM), que l'on participe le plus à des émissions TV/radio (le moins le cas en Droit et en GSE) et à des cafés scientifiques (le moins le cas en GSE). La participation aux Portes ouvertes de l'UNIL est nettement plus importante en Théologie, à la FBM (on retrouve donc la tendance déglagée à l'étranger pour les sciences exactes) et dans les GSE (la moins importante en SSP et HEC). En Lettres par contre, on intervient le plus dans des écoles (le moins le cas en Droit), le plus dans des visites guidées dans des musées ou des collaborations avec ces derniers (le moins le cas en HEC mais aussi en SSP). De plus, à la FBM et dans les GSE, on rédige le plus de communiqués de presse (le moins en Droit). Par contre, HEC se distingue par la participation aux grands événements d'information la plus forte (la moins forte en SSP) et par l'intervention la plus forte dans des commissions hors-UNIL (la moins forte en Lettres). C'est en Droit que l'on intervient le plus dans des formations continues (le moins en GSE) et devant des associations, ONG, groupes d'intérêt (là encore, le moins en Lettres).

Enfin, d'autres facteurs influencent également la poursuite de ces activités. Les répondants plutôt actifs dans l'enseignement ont un peu plus donné de conférences publiques, de cours dans des formations continues, mais ils ont aussi un peu plus souvent fait des interventions devant des commissions extérieures à l'UNIL, donné des interviews à des quotidiens ou magazines et participé à une émission TV ou radio. Les « chercheurs » de notre échantillon sont quant à eux un peu plus nombreux à avoir rédigé des articles de vulgarisation ou des communiqués de presse. Enfin, la répartition par type de recherche poursuivie montre une tendance très intéressante : quelle que soit l'activité envisagée, ce sont les répondants plutôt actifs dans la recherche appliquée et les mandats qui se sont le plus investis dans les différentes activités de communication (à deux exceptions près : les Portes ouvertes de l'UNIL et le Passeport vacances). La recherche appliquée semble donc très clairement davantage pousser à une communication vers le public non-spécialiste que la recherche fondamentale.

5.4 Analyse multivariée : le poids des variables de profil sur le nombre d'activités

Les différences constatées entre les disciplines mais aussi entre le sexe, le statut, l'âge posent des questions quant au poids relatif de ces différentes variables sur le nombre d'activités de communication dirigées vers un public non-spécialiste. Nous avons donc entrepris une analyse multivariée déterminant le poids relatifs de ces différents facteurs.

Pour cette analyse, nous avons choisi comme variable dépendante le nombre d'activités de communication large introduit précédemment (point 5.2). Cette variable s'étend de 0 à 41 activités et ne suit pas une distribution de forme Normale mais de forme Binomiale négative⁶⁵, ce qui nous a amené à choisir un modèle linéaire généralisé, qui permet de dégager les effets isolés de chaque facteur lorsque les autres facteurs ne varient pas.

Le modèle que nous avons défini va tester quatre effets simples (sexe, âge, statut et faculté) et deux interactions (statut par faculté et sexe par statut)⁶⁶. Les deux interactions reposent sur la constatation d'une ségrégation horizontale et verticale dans le paysage universitaire suisse (OFES, 2004 ; Commission Européenne, 2006). La première interaction indique que le champ des études universitaires reste marqué par un phénomène persistant de ségrégation selon le sexe (ségrégation horizontale): les disciplines des sciences exactes, techniques ou économiques restant largement des bastions masculins et celles des sciences humaines et sociales étant les plus féminisées mais avec des variations à l'intérieur. La seconde interaction traduit le phénomène du « tuyau percé » (ségrégation verticale): plus on s'élève dans le statut universitaire, plus la proportion de femmes diminue.

Le Tableau 5 permet de tester la significativité de chacun des facteurs introduits dans le modèle. Pour chaque facteur, il donne la valeur de la statistique relative au test (Wald Chi-Square), le degré de liberté de la distribution Chi-Carré que suit cette statistique (df) et le résultat du test (p-valeur) : si la p-valeur est inférieure à 0.05 le facteur a un effet significatif, sinon le facteur n'a pas d'effet.

Tableau 5. Explication du nombre d'activités de communication large selon différents facteurs

Facteur	Wald Chi-Square	df	p-valeur
<i>Intercept</i>	525.1	1	0.000
Sexe	5.3	1	0.021
Age	24.1	3	0.000
Statut	21.4	5	0.001
Faculté	13.8	6	0.032
Sexe par faculté	5.0	5	0.421
Sexe par statut	2.5	6	0.867

Le Tableau 5 montre qu'il y a effet du sexe, de l'âge, du statut et de la faculté sur le nombre d'activités de communication large. Par conséquent, il y a des effets séparés du statut et de l'âge et il y a un effet de la culture disciplinaire, indépendamment de l'effet du sexe, de l'âge et du statut. Une étude suédoise menée sur des scientifiques de tous les domaines avait également trouvé un effet de la variable disciplinaire (Vetenskap et Allmänhet, 2003). Une analyse comparable sur les données françaises (Jensen et Croissant, 2006) avait montré que le statut était le facteur le plus pertinent et que l'âge devenait très peu significatif quand le statut et les disciplines étaient incluses dans le modèle. Finalement, aucune des deux interactions suggérées par la littérature n'a un effet sur le nombre d'activités de communication large lorsque les autres facteurs sont dans le modèle.

En résumé, si cette analyse valide notre hypothèse de l'importance des cultures disciplinaires sur l'engagement des scientifiques envers la Cité, la variable dépendante de cette analyse n'est toutefois qu'un indicateur parmi d'autres de l'engagement public des enseignants-chercheurs. En effet, elle mesure seulement le nombre d'activités de communication dirigées vers un public non-spécialiste et pas des aspects de l'engagement comme le temps consacré, l'impact, etc.

⁶⁵ Pour le lecteur averti, le test de Kolmogorov-Smirnov a rejeté l'hypothèse d'une distribution Normale (une distribution répartie de manière symétrique autour d'un nombre moyen d'activités), mais a accepté l'hypothèse d'une distribution Binomiale négative (distribution de forme exponentielle).

⁶⁶ Pour cette analyse, nous avons omis les 6 personnes ayant le statut « Poste technique », car elles appartiennent uniquement à deux facultés FBM (5) et GSE (1).

5.5 Communication envers un public non-spécialiste et envers les pairs

Il est intéressant de se demander s'il y a un lien entre les activités de communication des scientifiques à l'attention des pairs et celles dirigées vers le public non-spécialiste, et si oui lequel : est-ce que c'est l'un ou l'autre ou est-ce que les deux se stimulent ?

Nous constatons tout d'abord que, pendant la même année 2006-2007, les enseignants-chercheurs de l'UNIL ont été plutôt assidus dans le domaine de la communication scientifique à l'attention des pairs (Tableau 6)⁶⁷.

Tableau 6. **Activités de communication dirigée vers les pairs, 2006-07 (en % des répondants)**

Auteur ou co-auteur de ...	non	oui	1 fois	2-3 fois	4 fois +
Articles dans revues scientifiques expertisées	30	70.1	23	28	19
Interventions lors de colloques scientifiques	30	69.9	18	29	23
Contribution aux actes d'un colloque	44	56	26	20	10
Rapports scientifiques	52	48	21	19	8
Articles dans revues scientifiques non-expertisées	64	36	17	14	5
Chapitres de livres	67	33	22	9	2
Livres	86	14	12	2	0.2
Brevets	97	3	2	1	0.2

Source : enquête OSPS-UNIL (n = 810).

Pas moins de 70% des enseignants-chercheurs de l'UNIL ont publié au moins un article dans une revue scientifique expertisée (et un cinquième des personnes même 4 articles ou plus)⁶⁸. Une proportion à peu près égale de répondants est intervenue, dans l'année écoulée, dans un colloque (un petit quart des individus, même 4 fois ou plus). Logiquement, un peu plus de la moitié des répondants ont contribué aux actes d'au moins un colloque. Un peu moins de la moitié a (co-)rédigé au moins un rapport scientifique (un cinquième 2-3 rapports, et un peu moins de dix pourcent même 4 rapports ou plus). Les autres activités de communication scientifique sont un peu plus marginales. La situation est bien évidemment très différente selon le statut des répondants : les PO/MER, les Chefs de service, d'unité ou de projets (ainsi que, dans une moindre mesure, les PA/MA et les Chargés de cours) sont plus nombreux à avoir publié au moins un article expertisé dans l'année (90% des PO/MER, 91% des Chefs de service etc.) ; les PO/MER ont le plus (co-)rédigé au moins un chapitre de livre (54%) ou sont le plus intervenus dans un colloque scientifique (88%). Ce sont les Chefs de service, d'unité ou de projets qui ont le plus signé au moins un rapport scientifique dans l'année (79%).

Par ailleurs, les différentes facultés contribuent de manière très différentielle à la productivité scientifique selon les spécificités et les usages de chaque domaine : on a le plus publié au moins un article scientifique dans des revues expertisées à la FBM (84%), alors que les articles scientifiques dans des revues non-expertisées sont plus le fait de SSP (39%), suivies par la FBM et les Lettres (37%). La Théologie se distingue pour la publication de chapitres de livres (50%) et de livres (32%) et l'intervention lors de colloques scientifiques (77%, SSP et FBM suivent de près avec 75%). Les rapports scientifiques sont plus le fait des répondants à la FBM ou en Droit (56%, resp. 55%).

Le croisement de la fréquence de communication envers un public non-spécialiste et adressée aux pairs confirme l'hypothèse d'un lien : en effet, la corrélation entre le nombre d'activités dirigées vers ces deux publics est significativement positive, ce qui veut dire que plus on communique avec un public, plus on communique avec l'autre⁶⁹. Ceci est cohérent avec les

⁶⁷ Cf. aussi TABLEAU VI en annexe.

⁶⁸ Là encore, on met au même niveau des activités et supports potentiellement inégaux, notamment des revues dont le processus d'expertise et l'« impact factor » peuvent être très différents.

⁶⁹ Si l'on prend la somme des 8 activités pour les pairs comme indicateur de communication envers les pairs, la corrélation de Pearson est de 0.55, ce qui veut dire que 30% de la variabilité de la communication large est expliquée par la communication étroite (ou vice versa). En se limitant aux 4 activités dirigées vers les pairs les plus

résultats trouvés dans d'autres études (notamment Kyvik, 2005) : plus on publie pour les pairs, plus on s'adresse au public large. Ceci signifie que la communication à un public non-spécialiste implique aussi la nécessité de communiquer des résultats de recherche aux pairs. La communication large sans recherche est donc plutôt marginale. Dans nos données, le lien est plus fort chez les hommes ; le lien diminue avec l'âge ; enfin, nous constatons une très grande variabilité entre les facultés, avec un lien maximal en Théologie et en Droit (de l'ordre de 0.80), et minimal en GSE et en HEC.

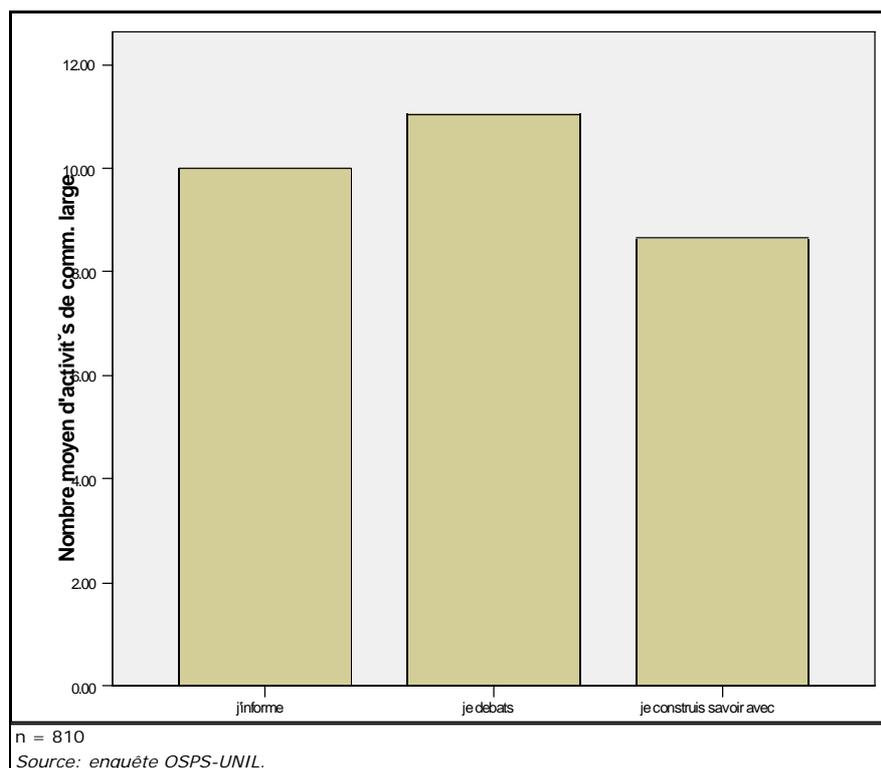
5.6 Des représentations aux pratiques

Dans cette section, nous allons tester l'hypothèse d'un lien entre les représentations, modèles et attitudes concernant la science et les scientifiques dans la société et l'engagement public des enseignants-chercheurs.

Le nombre d'activités effectuées en moyenne en 2006-2007 par enseignant-chercheur est tout d'abord naturellement lié à l'importance que l'on accorde à la communication avec un public non-spécialiste. En effet, les répondants qui considèrent cette dernière « très importante » ont fait en moyenne 9.9 activités, alors que la moyenne s'élève à 6.2 pour « assez important », à 3.9 pour « pas très importante » et à 1.2 pour « pas du tout important »⁷⁰.

Il y a également une relation entre le nombre d'activités de communication large et le modèle de relation science-société choisi par les répondants (Graphique 4).

Graphique 4. **Nombre moyen d'activités dirigées vers un public large selon les 3 modèles de Callon, 2006-2007**



Le nombre moyen maximum d'activités de communication large est obtenu par les personnes qui favorisent le débat, alors que le nombre moyen minimum d'activités de communication large est obtenu par les personnes qui disent co-construire le savoir avec la société. Rappelons toutefois les limites de notre indicateur d'engagement – le nombre d'activités de communication large - :

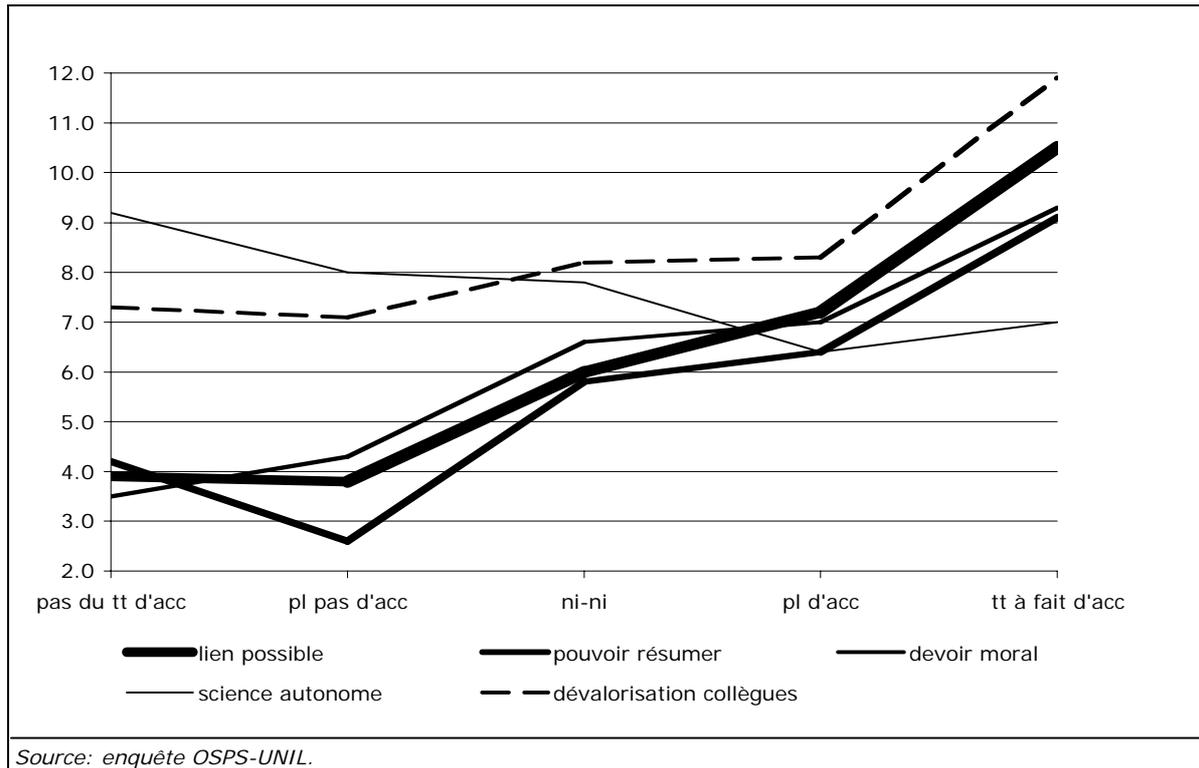
importantes (articles dans des revues expertisées, chapitres de livres, livres, interventions dans des colloques scientifiques), la corrélation est de 0.50.

⁷⁰ La corrélation non-paramétrique de Spearman entre le nombre d'activités et le niveau d'importance accordé est de 0.31.

on pourrait argumenter que certains événements sont, même moins nombreux, qualitativement plus intéressants pour le dialogue science-société ; de même, l'éventail d'occasions de communication avec une « Co-construction du savoir » est moins large que celles plus classiques pour l'Information ou le Débat.

Le rôle adopté par les enseignants-chercheurs quand ils interviennent dans l'espace public ou dans les médias a lui aussi un effet très net sur le niveau d'engagement. Les répondants qui se disent plutôt des « spécialistes » ont fait en moyenne 9.7 activités de communication dirigées vers un public non-spécialiste en 2006-2007, contre pas moins de 11.3 pour la minorité qui se dit « généraliste » (et 10.3 pour ceux qui sont « les deux »). Enfin, il y a un lien entre les attitudes des enseignants-chercheurs envers la science et leur engagement public (Graphique 5).

Graphique 5. Attitudes et nombre d'activités dirigées vers un public large, 2006-2007



Les réponses à la plupart des énoncés soumis aux répondants sont corrélées avec le nombre d'activités effectuées en 2006-2007⁷¹. Ainsi, plus on estime qu'il est possible de faire un lien entre ses recherches et les préoccupations des gens de tous les jours, plus on s'engage (une moyenne de 3.9 pour « pas du tout d'accord » à 10.5 pour « tout à fait d'accord »). De même, plus on estime qu'un chercheur doit pouvoir résumer de manière compréhensible ses travaux, plus on s'engage (moyenne variant de 4.2 à 9.1). Et plus on estime que les scientifiques ont le devoir moral de communiquer avec un public non-spécialiste sur les implications sociales et éthiques de leurs recherches, plus on est actif (de 3.5 à 9.3).

Le lien avec l'idée que les objets de recherche se définissent par le biais d'enjeux scientifiques, sans intervention de la société, est également relativement linéaire, mais inverse : plus on a une vision autonome de la science, moins on s'engage publiquement (mais la différence est plutôt modeste : moyenne variant de 7 activités pour une vision « tout à fait » autonome à 9.2 activités pour une vision « tout à fait » intégrée dans la société). L'impression que, dans son domaine, un scientifique qui communique beaucoup dans l'espace public risque d'être mal perçu par ses collègues, a un lien étonnant avec le degré d'activité : en effet, plus on est d'accord avec cet énoncé, donc plus on estime qu'un collègue actif est dévalorisé par ses pairs, plus on s'engage (moyenne variant de 11.9 pour « tout à fait d'accord » à 7.3 pour « pas du tout

⁷¹ Les réponses « ne sait pas » de chaque énoncé n'ont pas été incluses dans l'analyse ; la corrélation non-paramétrique de Spearman est significative pour tous les énoncés sauf celui sur les bienfaits de la science et celui sur la forme ludique de l'engagement.

d'accord ». Inversement, plus on s'engage, plus on a l'impression que les scientifiques actifs sont dévalorisés : cela peut signifier que ceux qui s'engagent se rendent davantage compte de la désapprobation de leurs collègues, ce que les autres n'imaginent pas à priori.

L'énoncé le plus global sur la science, à savoir la pesée entre les bienfaits de la science et ses éventuels effets nuisibles, n'a pas de lien marqué avec le degré d'engagement : l'engagement n'est donc pas conditionné par un optimisme plus ou moins marqué envers la science. De même l'appréciation du bien-fondé des événements scientifiques ludiques est sans lien avec le degré d'engagement : la palette d'activités de communication large est suffisamment riche pour que partisans ou adversaires de la forme ludique puissent faire autant d'activités.

5.7 Les destinataires de la communication : des publics pluriels

Qui sont les destinataires des enseignants-chercheurs UNIL quand ils communiquent avec un public non-spécialiste ? L'enquête visait à cerner les groupes de destinataires prioritaires⁷².

Une petite dizaine d'options étaient proposées aux répondants, avec la possibilité de signaler d'autres publics. Le Tableau 7 ci-dessous montre que ce sont les contacts directs avec les Milieux professionnels liés au domaine du répondant qui sont considérés comme les plus importants (92% de « très » ou « assez » important ; les deux tiers des personnes ont même répondu « très important »). Ils sont suivis, un peu plus loin, de deux groupes qui renvoient plutôt aux bailleurs de fonds et aux garants politiques de l'activité scientifique : Décideurs et politique (84%) et Membres de commissions d'experts extérieures à l'UNIL (82%).

Les Médias et journalistes arrivent en quatrième position (79%), devant le « public non-spécialiste au sens large » ou « l'homme de la rue » (5^{ème} position, 71%) : on semble donc préférer la communication médiée avec le public large à celle immédiate. Les Enseignants hors UNIL (71%) atteignent un score assez élevé : là aussi, on préfère le contact via un intermédiaire (en formant des formateurs) plutôt que de s'adresser directement, en l'occurrence aux Enfants ou jeunes à l'extérieur de l'UNIL (58%).

Tableau 7. Destinataires de la communication large par sexe et par statut (ordre d'importance)

	Tous	H	F	PO, MER	Ch. cours, PD	PA, MA	Ass, doct	Chef serv., proj.	Ch. rech., cherch
Milieux prof. liés au domaine	1 (92%)	1	1	1	1	1	1	2	1
Décideurs, politiques	2 (84%)	2	2	2	2	2	2	1	2
Membres com. d'experts (hors UNIL)	3 (82%)	3	3	3	2	4	3	4	3
Médias, journalistes	4 (79%)	4	4	4	4	2	4	2	4
Public non-spécialiste large	5 (71%)*	5	6	6	6	7	5	4	6
Enseignants (gymn., prim., sec.)	6 (71%)*	6	5	5	5	4	6	6	7
Milieux écon., industrie	7 (60%)	7	8	7	7	9	9	6	5
Enfants, jeunes (hors UNIL)	8 (58%)	9	7	8	8	6	8	9	9
Assoc., synd., groupes d'intérêt	9 (57%)	8	8	9	9	7	7	8	8
	n=810	n=538	n=272	n=244	n=60	n=56	n=56	n=33	n=57

Calculé par rapport au total de « très important » et « plutôt important ».

*Public non-spécialiste large : 71.4%. Enseignants (gymnase, primaire, secondaire) : 71.2%.

Source : enquête OSPS-UNIL.

Parmi les scores plus bas (quoique supérieurs à 50%), on trouve les Milieux économiques et l'industrie (60%) ainsi que, en dernière position, les Associations, syndicats, groupes d'intérêt (57%).

⁷² Cf. TABLEAU VII en annexe.

Encadré 7. Les autres destinataires indiqués par les répondants

Une question ouverte permettait aux répondants d'ajouter un ou plusieurs public(s) non-spécialiste(s). Une quarantaine d'individus ont utilisé cet espace⁷³. Cette option a été choisie plus fréquemment par les PO/MER et PA/MA ainsi que les Chargés de cours/PD, par les répondants de 45 ans et plus, et, en termes de facultés, par SSP, HEC et Lettres :

- Plusieurs personnes ont renvoyé aux **pairs d'un autre domaine scientifique**, les considérant comme des non-spécialistes de leur domaine et, donc, comme un public non-spécialiste : « *chercheurs d'autres domaines* », « *scientifiques en dehors de mon domaine* », « *chercheurs et enseignants d'autres disciplines ayant des liens avec les miennes* ». Quelqu'un regrette « *l'ignorance réciproque des chercheurs de l'UNIL* », et ce « *parfois même au sein d'une même faculté* », qu'il appelle le « *public 'interne'* ».
- Une poignée de répondants considère les **étudiantes et étudiants** comme public non-spécialiste et, par là, comme « *société* », un aspect qui était déjà ressorti des entretiens menés (« *les étudiants !* », « *étudiants non-spécialistes du domaine* »), voire à leurs parents (« *les parents de nos étudiants* » qui « *doivent être enthousiasmés pour les études et éventuellement une carrière scientifique pour leurs enfants* »).
- Certains ajouts ou précisions portent sur **d'autres groupes de destinataires** (« *administrations communales, cantonales et fédérales en relation avec les étrangers* », « *associations de défense de l'environnement* », « *directeurs RH* », mais aussi « *écrivains, artistes* »), notamment assez souvent dans le domaine médical (« *associations de malades* », « *groupes de patients et groupes de proches* », « *les patients qui me consultent* », « *personnes en situation de handicap mental* », « *organisations de parents de patients* »). Ou encore des groupes plus ou moins en marge de la société (« *troisième âge, communautés étrangères, marginaux* », « *requérants d'asile et clandestins* »), ou simplement des catégories spécifiques du public plus ou moins élargi (« *consommateurs* », « *amateurs éclairés pratiquant mon domaine dans leurs loisirs* », voire « *connaissances* » ou encore « *femmes de la rue !* »).

Quelques variations s'observent selon le profil sociodémographique et professionnel. Si les choix par sexe sont largement semblables, les différences par statut sont un peu plus marquées. Chez les PO/MER et aussi PA, MA, le public large est un peu moins bien classé que dans le hit-parade général ou que chez les Chefs de service, d'unité ou de projets par exemple. Ces derniers ont la liste la plus différente : c'est le seul groupe dans lequel les Décideurs et politiques arrivent en premier, probablement en lien avec leur fonction spécifique qui les met davantage en contact avec ce type d'interlocuteurs ; les Médias et journalistes viennent ici même en 2^{ème} position (ex æquo avec les Milieux professionnels) et le Public non-spécialiste au sens large à la 4^{ème} place. Les Chargés de recherche/chercheurs ont une liste semblable à celle des Assistants/doctorants, à ce détail près que les Milieux économiques se trouvent ici à la 5^{ème} place (contre la 9^{ème}). Les PA, MA et les Chargés de cours/PD sont un peu plus dirigés vers les Enseignants (à la 4^{ème} et 5^{ème} places). La structure de priorité des PA/MA est intéressante : si les deux premières sont les mêmes que chez leurs collègues stabilisés, ce groupe au statut particulier accorde une importance nettement plus grande aux Médias et journalistes (2^{ème} place ex æquo au lieu de la 4^{ème}) et aux Associations, syndicats et groupes d'intérêt (6^{ème} au lieu de 9^{ème} position), mais aussi aux Enfants et jeunes (5^{ème} place au lieu de 8^{ème}) ; le public non-spécialiste ne vient par contre qu'à la 7^{ème} place.

L'importance des destinataires varie considérablement dans les différentes facultés de l'UNIL (Tableau 8). Si sur l'importance des Milieux professionnels liés au domaine concerné, il y a consensus – dans toutes les facultés, c'est le premier groupe cité, parfois ex æquo avec un autre –, les accents sont ensuite différents. En Théologie, les Enseignants hors UNIL, le Public non-spécialiste au sens large, mais aussi le Enfants et jeunes, ont une plus grande importance : c'est dans cette faculté qu'ils sont le mieux placés. En Lettres, ce sont également les Enseignants (en 2^{ème} position ici), mais aussi les Médias qui prennent plus de poids, au détriment notamment des Décideurs et politiques (à la 5^{ème} place seulement) ou des Milieux économiques (9^{ème} place). A l'inverse, en Droit, les Enseignants arrivent en dernier, alors que la catégorie des Milieux économiques et des associations et des groupes d'intérêt est mieux placée qu'ailleurs. Les SSP donnent un peu plus de poids aux Médias mais aussi aux Associations, syndicats, groupes d'intérêt (en 5^{ème} position ici). HEC se distingue en mettant les Milieux économiques et l'industrie

⁷³ Dans la plupart des cas, les propositions ont pu être ventilées dans la catégorie existante la plus proche.

à la 1^{ère} place (à égalité avec les Milieux professionnels liés au domaine). La structure des destinataires de la communication de la FBM (dont on rappelle que les répondants sont très nombreux) et celle des GSE suivent *grosso modo* le schéma général.

Tableau 8. Destinataires de la communication large par domaine (ordre d'importance)

	Tous	Theol	Droit	Lettres	SSP	HEC	GSE	FBM
Milieu prof. liés au domaine	1 (92%)	1	1	1	1	1	1	1
Décideurs, politiques	2 (84%)	3	3	5	2	3	2	2
Membres com. d'experts (hors UNIL)	3 (82%)	6	2	4	3	4	3	3
Médias, journalistes	4 (79%)	4	5	3	3	5	4	4
Public non-spécialiste large	5 (71%)*	4	7	7	6	6	6	5
Enseignants (gymn., prim., sec.)	6 (71%)*	1	9	2	7	8	5	6
Milieu écon., industrie	7 (60%)	9	4	9	9	1	7	7
Enfants, jeunes (hors UNIL)	8 (58%)	7	8	6	8	9	9	8
Assoc., synd., groupes d'intérêt	9 (57%)	8	6	8	5	7	7	9
	n=810	n=22	n=65	n=155	n=147	n=54	n=50	n=311

*Public non-spécialiste large : 71.4%. Enseignants (gymnase, primaire, secondaire) : 71.2%.

Source : enquête OSPS-UNIL.

Au delà de l'analyse de l'ordre d'importance à l'intérieur des facultés, la comparaison des pourcentages d'importance de chaque destinataire entre les facultés (cf. TABLEAU VII en annexe) confirme des accents différents:

- les GSE ont une structure de destinataires très large qui inclut, davantage que les autres facultés, les jeunes, les décideurs politiques, les membres de commission d'expert, les milieux professionnels, les médias ;
- les HEC ont, comme les facultés restantes, une structure plus ciblée, axée en l'occurrence plus sur les milieux économiques et l'industrie;
- pour les Lettres, ce sont les jeunes et les enseignants qui ressortent particulièrement;
- à la FBM, c'est le public non-spécialiste ;
- en SSP, ce sont les associations, les syndicats, voire le public non-spécialiste ;
- en Théologie, ce sont les enseignants ;
- enfin la structure de destinataires du Droit est axée, quoique de manière moins nette, sur les membres de commission d'expert et les milieux professionnels.

Encadré 8. Y a-t-il une « demande » de la part de la société ?

Il y a une réponse très différente à cette question selon le profil des enseignants-chercheurs, impliquant une image plus ou moins active de la société – et notamment des acteurs extra-universitaires – dans la demande mais aussi la production de savoirs.

Pour certains de nos interlocuteurs, il y a **désintérêt** de la part de la société. Un enseignant-chercheur en SSP affirme ainsi qu'il y a « absence de demande ». Pour beaucoup, la société peut tout de même amener des **questions**, voire des propositions. Dans le cadre de *focus groups*, ce jeune interlocuteur en Lettres explique comment on y écoute les « doléances » de catégories de la population, ce qui peut influencer la recherche que l'on mène : « du coup, on va s'interroger ».

Dans certaines facultés ou certains domaines, on enregistre une **demande de la société**. Celle-ci est parfois médiata : pour ce jeune interlocuteur en SSP, une recherche financée par la Confédération dans le cadre d'un Programme national de recherche du FNS est « une demande de la société ». Mais la demande est parfois plus pressante, notamment de la part des milieux professionnels, dans certains domaines de pointe. Un enseignant-chercheur en Droit juge la

demande « *impressionnante* » dans le droit de l'environnement. Pour les GSE, les acteurs non-universitaires sont plus actifs encore : ils « *peuvent nous apporter énormément de choses, parce qu'ils ont des connaissances plus importantes que nous dans certains domaines* », dit ce jeune enseignant-chercheur. Ici, on enregistre « *une demande sociale extrêmement forte* » ; un interlocuteur parle d'un besoin « *urgent, massif, déjà présent, déjà existant* » de connaissances de la part de différents acteurs de la société ; car « *le savoir n'est plus l'apanage de l'université* », qui est même parfois « *décalée, en retard* », même si elle jouit encore d'une forte « *légitimité* ».

6. Motivations et obstacles à la communication large

Dans ce chapitre, nous allons tenter de cerner les éléments qui motivent ou qui, au contraire, font obstacle aux enseignants-chercheurs dans leurs activités de communication dirigées vers un public non-spécialiste.

6.1 Une poignée de motivations

Seuls 3% des répondants ont indiqué ne pas avoir de motivations pour communiquer leurs travaux à un public non-spécialiste⁷⁴. Cette petite minorité considère la communication avec un public non-spécialiste comme « peu » ou « pas importante » et n'a très majoritairement pas eu d'activités de communication large ; en confirmation de ce qui a été dit, ces individus sont également nettement moins assidus dans la communication scientifique envers les pairs.

La motivation la plus citée par les enseignants-chercheurs de l'UNIL pour communiquer leurs travaux à un public non-spécialiste⁷⁵ est celle d'informer ou de renseigner les gens (70%)⁷⁶. Cette motivation peut toutefois avoir des colorations différentes : selon les précisions données par certains répondants à la rubrique « autres », elle peut être plus intéressée (« *s'assurer que le peuple ne vote pas à l'encontre de la recherche scientifique* ») ou plus pragmatique (« *prévention* », dit un répondant à la FBM). La motivation d'informer est suivie, mais de loin, par celle de contribuer au débat public sur la science⁷⁷ (42%), et, de très près, par la motivation de « conscientiser les gens, leur donner les moyens de façonner le monde » (41%). Le plaisir personnel est, comme dans d'autres études menées à l'étranger (cf. 2.3), également une motivation importante (40%) – comme pour cet enseignant-chercheur en Théologie qui, très actif, note que « *le fun, c'est que ça maintient jeune d'esprit* ».

Suivent les motivations plus institutionnelles : la volonté de renforcer l'image de sa faculté ou de son unité est citée par un tiers des répondants, à noter que l'option analogue se référant à l'image de l'UNIL dans son ensemble a été moins choisie (24%). 28% des personnes pensent que communiquer permet d'inspirer des vocations ou de drainer des étudiants, une part égale estimant que cela « fait simplement partie de notre travail ». Les motivations plus utilitaires viennent ensuite : l'idée d'une prestation de service fournie à ceux qui financent l'Université (« *accountability* ») est mentionnée par un gros quart des répondants (27%), un répondant ayant précisé qu'il s'agit de « *renforcer le lien entre l'université et les contribuables* ». Un quart (25%) estime que cela permet de drainer des fonds de recherche⁷⁸. Un petit cinquième (18%) y voit une utilité pour sa carrière.

En lien peut-être avec leur statut globalement plus élevé, les hommes sont nettement plus motivés par le fait de renforcer l'image de leur faculté ou unité, mais aussi de l'UNIL, que les femmes ; ils pensent également nettement plus souvent que cela fait partie de leur travail (et un peu plus souvent que c'est une prestation de service à la population). Les femmes sont un peu plus motivées par le fait de contribuer au débat public ou de conscientiser les gens, et elles veulent plus souvent drainer des étudiants ; elles sont aussi un peu plus motivées par le fait de drainer des fonds de recherche et, nuance intéressante, pensent un peu plus souvent que les hommes que communiquer à un public large constitue un atout pour leur carrière académique.

La ventilation par statut montre une tendance intéressante du côté des enseignants-chercheurs plus jeunes et/ou moins stabilisés. Si la motivation d'informer est la plus citée par tous les statuts (avec un pic chez les Chargés de cours/PD), le débat public motive nettement plus les

⁷⁴ Il s'agit surtout d'Assistants ou doctorants et de Chefs de service, d'unité ou de projets (5%, resp. 6%). La faculté de Droit y est surreprésentée (14%).

⁷⁵ Les répondants étaient appelés à choisir, parmi une liste d'une douzaine de motivations, 3 au maximum, si bien que la somme des pourcentages excède 100%. Cf. aussi TABLEAU VIII en annexe.

⁷⁶ Rappelons que ce modèle correspond à la représentation majoritaire de la relation science-société en termes « callonnien » (cf 4.2).

⁷⁷ Rappelons que l'on avait défini le terme « science » en début de questionnaire comme se référant à tous les domaines de recherche (sciences exactes et humaines).

⁷⁸ A noter que sans les répondants de la FBM, cette motivation tombe à 19% des enseignants-chercheurs.

PA/MA (chez lesquels cette option, choisie par 57% des répondants, est la deuxième motivation) et les Assistants/doctorants (44%, contre 35-39% chez les autres statuts). La motivation de conscientiser les gens semble elle aussi souvent liée à un plus jeune âge (ou stade dans sa carrière) : ce sont les Assistants/doctorants ainsi que les Chargés de recherche/chercheurs qui l'ont le plus mentionné comme les Chefs de service, d'unité ou de projets. Le plaisir personnel est le plus cité par les PA/MA, mais aussi à nouveau par les Assistants/doctorants (les Chefs de service etc. le citent le moins ; mais, ce sont eux qui ont le plus indiqué que cela fait simplement partie de leur travail).

Le fait de renforcer l'image de la faculté ou de l'unité est le plus avancé par les Chargés de cours/PD (deuxième motivation, de même que pour les PO/MER) ; par contre, le renforcement de l'image de l'UNIL est le plus choisi par les PO/MER (c'est d'ailleurs leur deuxième motivation à égalité avec le renforcement de l'image de la faculté et la contribution au débat public)⁷⁹. Ce sont les PA/MA qui sont le plus motivés par le fait de drainer des étudiants (juste derrière les Chargés de cours/PD). Les Chefs de service etc. estiment le plus que cela fait simplement partie de leur travail et que c'est une prestation à ceux qui les financent. Enfin, ce sont les Assistants/doctorants qui sont le plus motivés par une possible utilité de la communication large pour leur carrière.

Il existe de nettes différences entre les facultés (Tableau 9). L'information est la motivation première dans toutes les facultés sauf en GSE, où elle est supplantée par le plaisir et l'envie personnelle. La deuxième motivation est la conscientisation des gens en Théologie et en Lettres (troisième motivation en SSP et GSE), alors que c'est la contribution au débat public en SSP, en HEC et à la FBM (troisième motivation en Droit). HEC semble la plus motivée par la question de l'image, tant au niveau de la faculté ou de l'unité (deuxième motivation à égalité) qu'au niveau de l'UNIL (troisième motivation). Le Droit et les GSE attribuent les deux premiers rangs à l'information et au plaisir mais de manière inversée. Finalement, au troisième rang viennent le plaisir en Lettres et à la FBM, et le fait que cela fait partie de son travail en Théologie.

Tableau 9. Les trois premières motivations selon les facultés

Motivation	Théologie	Droit	Lettres	SSP	HEC	FBM	GSE
1ère	<i>Informar</i>						<i>Plaisir</i>
2ème	<i>Conscientiser</i>	<i>Plaisir</i>	<i>Conscientiser</i>	<i>Débat</i>	<i>Débat et Image</i>	<i>Débat</i>	<i>Informar</i>
3ème	<i>Fait partie du travail</i>	<i>Débat</i>	<i>Plaisir</i>	<i>Conscientiser</i>		<i>Plaisir</i>	<i>Conscientiser</i>

Source : enquête OSPS-UNIL.

Parmi les motivations restantes, inspirer des vocations et drainer des étudiants motive le plus les GSE, une faculté récemment fondée, mais aussi les Lettres. La Théologie, les HEC et la FBM estiment le plus que c'est une prestation de service. Drainer des fonds de recherche est très nettement plus d'actualité à la FBM, où plus du tiers des enseignants-chercheurs a cité cette motivation (contre environ un quart, voire moins, dans les autres facultés). C'est en Droit que l'on a le plus indiqué ne pas avoir de motivations à communiquer (14% des répondants de cette faculté).

Une analyse en cluster⁸⁰ a permis de dégager trois groupes de motivations. Tout d'abord, l'analyse a défini des motivations plus *liées au contexte de travail* (utilité pour la carrière, le fait que les collègues de l'unité le font, la recherche de fonds, le fait d'inspirer des vocations) ; puis des motivations plus *institutionnelles* (renforcer l'image de la faculté ou de l'université, fournir une prestation, cela fait partie du travail), enfin, un groupe de motivations qui concernent plus spécifiquement *la relation et le dialogue science-société* (contribuer au débat, conscientiser les gens, plaisir ou l'envie personnelle, volonté d'informer). Parmi les personnes ayant des motivations, 55% ont cité des motivations liées au contexte du travail, 67% des motivations

⁷⁹ A noter que les Chefs de service etc. ont également très peu choisi cette option. Mais on a vu qu'ils sont souvent à la FBM (et donc possiblement au CHUV ou aux Hospices) ; en enlevant cette faculté, on constate que les « Chefs de service etc. hors-FBM » sont fortement motivés par le renforcement de l'image de l'UNIL, juste derrière les PO/MER.

⁸⁰ L'analyse en cluster est une technique exploratoire qui cherche à regrouper les variables en un nombre restreint de groupes homogènes. Nous avons utilisé la méthode *Cluster Ward* dont les résultats ont été comparés à ceux fournis par la méthode *Cluster Between* et par une analyse en composantes principales (ACP).

institutionnelles et 94% des motivations liées à la relation science-société. Ces groupes de motivations ne sont donc pas exclusifs (seules 143 personnes n'ont donné qu'un type de motivations) mais en général simultanés (266 personnes ont donné des arguments dans les trois groupes). Ces groupes de motivations sont liés aux profils des répondants⁸¹:

- Les femmes ont plus souvent que les hommes (en proportion) cité les motivations liées au contexte du travail (60% des femmes contre 52% des hommes) ; par contre, les hommes ont plus souvent cité les motivations institutionnelles (72% contre 59% des femmes).
- Les plus jeunes ont plus souvent cité les motivations liées au contexte du travail (il y a même linéarité : plus on avance dans l'âge, plus le pourcentage diminue, de 63% chez les jeunes jusqu'à 43% chez les 60 ans et plus). Les plus âgés (les classes d'âge de 45-59 ans ainsi que 60 ans et plus) ont plus souvent cité les motivations institutionnelles (resp. 82% et 74% contre 51% et 68% dans les deux catégories plus jeunes : ici, la progression n'est donc pas linéaire mais par palier).
- Les Chargés de cours/PD, les PO/MER et les Chefs de service, d'unité ou de projets ont le plus souvent cité les motivations institutionnelles (resp. 79%, 79% et 77%). Les Assistants/doctorants, et à nouveau les Chargés de cours/PD, ont le plus souvent cité les motivations liées au travail (environ 60% chez eux, contre 50% et moins pour les autres statuts).
- Les enseignants-chercheurs en Lettres, HEC et FBM ont le plus souvent cité les motivations liées au contexte de travail (61%, resp. 59% et 57%, alors que SSP a le minimum : seulement 45%). HEC a le plus souvent cité des motivations plus institutionnelles (80%, alors que les autres facultés enregistrent environ 60%). SSP a le plus souvent cité des motivations de relation science et société (98%, alors que HEC obtient le minimum avec 88%).

6.2 Des obstacles multiples et diffus

A l'image des résultats trouvés dans d'autres pays, pour les enseignants-chercheurs de l'UNIL non plus, il n'y a pas un obstacle qui s'impose comme central. L'obstacle à la communication avec un public non-spécialiste le plus cité⁸² est la raison classique du temps que cela prend (34% l'ont choisie – un répondant a utilisé, sous « autres », une image très parlante, en craignant une « fragmentation de [ses] forces »). Il est suivi de loin par un autre élément souvent relevé dans la littérature : le fait que ce type d'activités n'est pas valorisé dans le CV d'un enseignant-chercheur (19%), par le fait que ses recherches n'intéressent pas le public non-spécialiste (18%), et par la crainte que ses résultats puissent être mal utilisés par les médias ou les politiques (15%). A cela s'ajoute des éléments plus personnels, 17% invoquent le fait qu'ils ne cherchent pas la lumière des projecteurs⁸³ et 11% estiment ne pas avoir les compétences pour le faire.

De manière intéressante, alors que le manque de valorisation dans le CV est le deuxième obstacle le plus indiqué, une possible dévalorisation par les collègues n'est pas frontalement citée par les répondants : seuls 5% estiment que leurs collègues ne le verraient pas d'un très bon œil. Ceci pourrait signaler qu'il s'agit moins d'un problème de dévalorisation horizontale, par les pairs, que d'un manque de valorisation verticale, par la hiérarchie – quelques commentaires recueillis à la rubrique « autres » vont dans ce sens (voir encadré 9). Les réponses enregistrées sur l'énoncé « dans mon domaine, un scientifique qui communique beaucoup et est très présent dans l'espace public risque d'être mal perçu par ses collègues » le corroborent également: seul un quart des répondants sont, on l'a vu, d'accord avec cette phrase (cf. chapitre 4.4).

⁸¹ Dans cette analyse empirique, les motivations liées à la relation science-société, qui sont le groupe le plus fréquemment choisi, discriminent moins les répondants : on y voit moins de différence selon les groupes sociodémographiques.

⁸² Parmi une liste de quinze obstacles, les répondants devaient en choisir 3 au maximum, si bien que la somme des pourcentages excède 100%. Cf. aussi TABLEAU IX en annexe.

⁸³ L'obstacle « dans mon travail, je ne cherche pas la lumière des projecteurs » est lié avec le nombre d'activités de communication avec le large public mais pas avec les pairs : la moyenne du nombre d'activités de communication large est nettement moins élevée pour les personnes qui craignent les projecteurs, mais il n'y a pas de différence pour la communication envers les pairs. Autrement dit, si le fait d'avoir peur des projecteurs peut jouer un rôle dans la communication dirigée vers un public non-spécialiste, ce n'est pas le cas pour ce qui est de la communication dirigée vers les pairs.

Les autres obstacles récoltent moins de 10% des voix, comme notamment ceux qui se réfèrent aux répondants qui ne se voient que de passage à l'UNIL, le reproche du manque d'argent pour ce type d'activités, l'idée que cela ne fait pas partie de son travail (seuls 7% le pensent), que les gens ne pourraient pas comprendre, ou encore le fait que les collègues dans l'unité ne le font pas non plus. Un certain nombre de personnes ont indiqué des obstacles sous « autres »⁸⁴. Un quart des répondants ont estimé qu'il n'y a pas d'obstacles à communiquer avec un public large : sont surreprésentés parmi ces personnes les PO/MER, les hommes, les cliniciens et, en termes de facultés, Lettres, FBM et HEC.

Les répondants qui ont dit ne pas avoir de motivations à communiquer avancent le plus les obstacles suivants : 29% ont l'impression que leurs recherches n'intéressent pas le public large, 18% estiment que cela ne fait pas partie de leur travail et 14% ne recherchent pas la lumière des projecteurs.

Encadré 9. Les autres obstacles signalés par les répondants

Pas moins de 75 personnes ont indiqué des réponses sous « autres » qui, si elles ont pu être pour la plupart ventilées dans les options existantes, sont intéressantes à parcourir. On peut les résumer dans les quatre points suivants :

- Certains s'inscrivent dans un **modèle de la délégation** : « inutile. Si malgré tout nécessaire, personne attitrée le fait », dit ce répondant. Un autre s'inscrit dans un modèle de la professionnalisation, mais du côté des scientifiques, ou d'une partie d'entre eux : « chacun son job. Certaines personnes (pas UNICOM mais des scientifiques) devraient être formées pour cela et engagées à long terme dans des projets de vulgarisation ».
- Quelques répondants – notamment des Assistants/doctorants – soulèvent un **problème de visibilité et/ou de légitimité** de certains statuts : « pas de légitimité académique », « opportunité n'est pas offerte à des doctorants de le faire », « les médias ne s'intéressent pas aux gens 'non connus' » à l'UNIL, « je n'ai pas assez de visibilité pour qu'on me contacte », lit-on. Un assistant en Lettres s'étonne d'ailleurs : « comment un assistant en 2ème année peut avoir eu des contacts avec les médias ? C'est quand même relativement improbable ». « Les médias n'ont pas forcément envie de parler aux petits chercheurs », résume cet Assistant/doctorant ; un PO/MER dit que le titre de professeur est « souvent un sésame » pour la communication.
- UNICOM ou, plus généralement, **l'infrastructure de communication** de l'UNIL sont considérés par certains comme un obstacle à la communication : « UNICOM ne s'intéresse pas à mon travail », croit savoir ce répondant ; un autre critiquant que « pour communiquer depuis l'UNIL, nous sommes censés passer par le service de communication de l'UNIL, qui exerce un droit de décision sur ce qui est intéressant et ce qui ne l'est pas ! » ; ou plus généralement : « pas de canal de diffusion grand public », « l'obstacle principal est l'absence de visibilité de la stratégie qui permettrait de faire connaître nos travaux par le grand public ou les autres personnes extérieures au Département », affirment ces répondants.
- Certains regrettent un **manque de soutien** de la part des collègues et, notamment, de leurs supérieurs directs ou indirects : « pas forcément soutenu par la hiérarchie », « mon chef de projet ne le valorise pas », « pas assez de support de la part de l'UNIL » ou « pas encouragé au sein de l'institution », peut-on y lire, voire « j'attends mon titre de doctorat avant de me mettre la faculté à dos »... Cet assistant regrette que, dans le milieu scientifique, « deux articles dans des revues valent mieux qu'un livre grand public ».

Les rares différences entre hommes et femmes renvoient peut-être en partie à leur distribution inégale dans les différents statuts. Les hommes considèrent nettement plus qu'il n'y a pas d'obstacle (28% contre 16%), ils argumentent et craignent plus une mauvaise utilisation de leurs résultats ; les femmes pensent plus souvent que leurs recherches n'intéressent pas le grand public, qu'elles n'ont pas les compétences pour le faire ou que cela ne fait pas partie de leur travail.

De fait, les PO/MER ainsi que les Chargés de cours/PD estiment le plus qu'il n'y a pas d'obstacle à une telle communication. Ce sont les Chefs de service, d'unité ou de projets, suivis par les PA/MA, qui estiment le plus que cela prend trop de temps (52%, resp. 43%). De manière

⁸⁴ La grande majorité a pu être ventilée dans les options existantes, sauf 24 réponses.

intéressante, le manque de valorisation dans le CV n'est pas tant mis en avant par les PO/MER ou les PA/MA (même si tout de même 22%, resp. 27% le relèvent) que par les Chefs de service, d'unité ou de projets (36%). Les Assistant/doctorants ont le moins indiqué le manque de valorisation dans le CV comme obstacle. Ils ont par contre le plus l'impression (avec les Chargés de recherche/chercheurs) que leurs recherches n'intéressent pas le public non-spécialiste (23%, resp. 19%). Ce sont également les Chefs de service etc., et les Assistants/doctorants qui ont le plus l'impression (15%, resp. 14%) qu'ils n'ont pas les compétences pour le faire (tandis que seuls 7% des PO/MER le pensent). La crainte d'une mauvaise utilisation de résultats par les médias et les politiques concerne le plus les Chefs de service etc. (27%). Là encore, des profils facultaires distincts se dégagent dans les accents mis sur les différents obstacles. C'est en Lettres, à la FBM et en HEC que l'on affirme le plus qu'il n'y a pas d'obstacles à communiquer avec un public non-spécialiste.

Tableau 10. Les trois premiers obstacles selon les facultés

Obstacle	Théologie	Droit	Lettres	SSP	HEC	FBM	GSE
1er	<i>Prend trop de temps</i>	<i>N'intéresse pas public</i>	<i>Prend trop de temps</i>	<i>Prend trop de temps</i>	<i>Prend trop de temps</i>	<i>Prend trop de temps</i>	<i>Prend trop de temps</i>
2ème	<i>Manque valorisation, N'intéresse pas public</i>	<i>Résultats seront mal utilisés, Ne cherche pas les projecteurs</i>	<i>N'intéresse pas public</i>	<i>Résultats seront mal utilisés</i>	<i>Manque valorisation</i>	<i>Manque valorisation</i>	<i>Manque valorisation</i>
3ème			<i>Manque valorisation</i>	<i>Ne cherche pas les projecteurs</i>	<i>N'intéresse pas public</i>	<i>Ne cherche pas les projecteurs</i>	<i>N'intéresse pas public</i>

Source : enquête OSPS-UNIL.

Toutes les facultés, sauf le Droit, avancent comme premier obstacle le manque de temps (Tableau 10 ; en Théologie, où, on l'a vu, on communique beaucoup, ainsi qu'en SSP, on se plaint le plus que cela prend beaucoup de temps). Par contre, le Droit renvoie premièrement au manque d'intérêt du public, alors que ce n'est que le deuxième obstacle en Lettres et en Théologie et le troisième obstacle en GSE. Le manque de valorisation dans le CV est relevé comme deuxième obstacle en GSE, Théologie, HEC et FBM (maximum en GSE, 30%, et minimum en Droit, 8%) et en troisième obstacle en Lettres. La peur d'une mauvaise utilisation des résultats par les médias ou les politiques est en deuxième position en SSP et en Droit (resp. 29% et 23%, alors que cette peur est minime en Lettres ou en GSE, 6%). Le fait de ne pas chercher la lumière des projecteurs est le deuxième obstacle en Droit et le troisième obstacle en SSP et FBM (maximum en SSP, 27%, minimum en Théologie, où personne n'a coché cette option).

Parmi les obstacles restants, c'est en GSE et en SSP que le manque de compétences est le plus relevé comme obstacle (environ 15%). Le manque d'argent pour ce type d'activités est le plus relevé par les Lettres et les GSE (environ 12%). Le problème de langue, mais aussi la crainte que les gens n'auraient pas les moyens de comprendre, sont le plus invoqués en HEC (11%) où, on l'a dit, la proportion de personnel étranger est importante. La question de la suite de la carrière en dehors de l'UNIL est quant à elle plus citée en GSE, en Théologie et en Droit (environ 10%).

7. Médias, médiateurs, médiations

Dans ce chapitre, nous allons aborder la question des médiateurs auxquels les enseignants-chercheurs ont recours dans leurs activités de communication scientifique dirigée vers un public non-spécialiste. La question des médiateurs est importante : selon le chapitre 2.4, une partie de la littérature relève d'un côté l'utilité qu'il y a à humaniser la science, notamment par la participation des scientifiques eux-mêmes aux efforts de communication avec la société, tandis que d'autres auteurs évoquent la nécessité d'une « traduction » des connaissances en s'adressant à une population large, ce qui plaiderait en faveur d'un recours à des médiateurs professionnels.

7.1 Quel est le « médiateur » le plus important ?

La question portait plus précisément sur les médiateurs au sens étroit de passeurs institutionnels et formalisés comme tels – tout acteur peut, dans une acception large, devenir un « médiateur ». Ce ne sont pas les relais internes, mais les médias et journalistes qui sont considérés par les enseignants-chercheurs de l'UNIL comme le passeur le plus important (60% de « très ou plutôt important »), nettement devant le service attitré de l'université, UNICOM⁸⁵ (41%) ou le service de communication à l'échelon inférieur (faculté ou unité, 34%)⁸⁶. Les fondations extérieures comme p.ex. Science et Cité, dont le rôle est plus ponctuel car lié à un certain type d'événements, viennent logiquement ensuite (29%), comme aussi l'Interface sciences-société (29%) ou encore les musées (27%). Le taux très élevé d'individus ayant coché « ne sait pas » à chaque item frappe : s'ils ne sont que 17% pour les médias, cette part monte à environ 30% pour les autres médiateurs⁸⁷.

L'analyse par sexe révèle un paradoxe. Si les femmes sont, on l'a vu (et notamment à cause de leur surreprésentation dans les positions moins élevées), moins actives dans la communication large, elles ont des scores plus élevés à chaque item, sauf les médias qui font l'unanimité entre les deux sexes (à noter qu'elles sont souvent aussi plus nombreuses à avoir indiqué ne pas savoir). Les femmes accordent donc, dans l'idéal, plus d'importance à la notion de médiateur. Relevons qu'elles ont plus souvent que les hommes indiqué comme obstacle le fait de ne pas avoir les compétences pour le faire (15% contre 8%) et que si elles sont moins nombreuses à avoir déjà suivi un stage de communication large (6% contre 12%, cf. 9.3), elles sont plus nombreuses à souhaiter y participer (49% contre 41%). Ces réponses suggèrent que les femmes ont une confiance moins grande en leurs compétences en matière de communication science-société.

Le service UNICOM est davantage considéré comme important par les PO/MER alors que les PA/MA et, encore plus nettement, les Chargés de cours/PD (dont toutefois 42% ont indiqué ne pas savoir) le considèrent moins important. Les services de communication de la faculté ou de l'unité sont également davantage considérés comme importants par les PO/MER que par les autres statuts. Tous les statuts considèrent les médias comme un passeur important (avec un pic chez les Chefs de service, d'unité ou de projets et une moindre importance chez les Assistants/doctorants, qui ont le plus indiqué ne pas savoir à cet item).

De nettes différences se dégagent entre les facultés (Tableau 11). UNICOM est plus important en Théologie, Lettres et SSP (48 à 50% des répondants ont coché « très » ou « plutôt important »). En HEC, on mise plus sur le service de communication de la faculté ou des unités (44%). Les médias

⁸⁵ Rappelons qu'UNICOM développe l'image de marque de l'UNIL en valorisant à la fois ses composantes (chercheurs, autorités, etc) et ses activités (enseignement, recherche, développement institutionnel), avec au final environ 1'500 coupures de presse par an. De plus, UNICOM édite le mensuel interne à l'UNIL *Uniscope* (9'000 ex.) et le magazine de vulgarisation scientifique *Allez savoir!* (28'000 ex.). Le service organise finalement les Portes ouvertes de l'alma mater, intitulées Les Mystères de l'UNIL (plus de 10'000 visiteurs en 2008).

⁸⁶ Cf. TABLEAU X en annexe.

⁸⁷ Le croisement avec d'autres réponses montre qu'il ne s'agit pas là particulièrement de répondants qui estiment la communication avec un public large comme n'étant pas importante, ni de personnes ayant indiqué ne pas avoir de relation directe avec ce public (sauf pour l'item concernant les médias, où elles sont surreprésentées). Vu que cette question concernait tous les répondants et que les réponses peuvent aussi être vues comme un indicateur du degré de familiarité ou de connaissance des différents médiateurs, les réponses « ne sait pas » ont été maintenues dans les tris.

et journalistes sont importants pour environ deux tiers des répondants dans toutes les facultés, mais nettement moins en Droit (37%). C'est en SSP (32%) et à la FBM (33%) que l'Interface sciences-société est davantage considérée comme importante (environ un quart dans les autres facultés). Les fondations extérieures sont plus importantes à la FBM, en SSP et dans les GSE. Les musées sont de loin plus importants en Lettres (41%) ainsi que dans les GSE (36%), alors que c'est le moins le cas en Droit (15%) et en HEC (7%).

Tableau 11. **Importance des médiateurs, par faculté (en % de répondants)**

		Tous	Theol	Droit	Lettres	SSP	HEC	GSE	FBM
Médias, journalistes	total imp.*	60	68	37	65	67	65	66	57
UNICOM	total imp.*	41	50	34	50	48	35	38	36
Service de communication faculté ou unité	total imp.*	34	32	26	33	31	44	28	36
Interface sciences-société	total imp.*	29	23	22	22	32	22	26	33
Fondations extérieures	total imp.*	29	23	18	21	31	20	30	34
Musées	total imp.*	27	23	15	41	24	7	36	26
		n=810	n=22	n=65	n=155	n=147	n=54	n=50	n=311

*Taux cumulé de « très » et « plutôt important ».

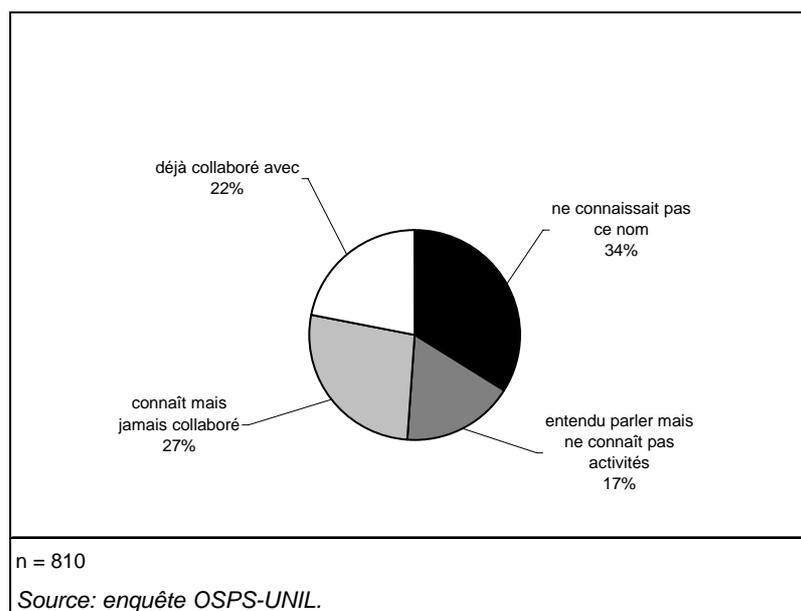
Source : enquête OSPS-UNIL.

7.2 UNICOM, un service mal connu mais bien aimé

On vient de voir qu'UNICOM, le service de communication interne à l'UNIL, était considéré par les enseignants-chercheurs comme un médiateur moins important que les médias et journalistes. L'enquête permet de cerner un peu mieux le rapport, au demeurant ambivalent, à ce « passeur des passeurs »⁸⁸.

Les données permettent tout d'abord de mesurer le **degré de familiarité avec ce service** des enseignants-chercheurs de l'*alma mater* vaudoise (Graphique 6).

Graphique 6. **Degré de familiarité d'UNICOM auprès des enseignants-chercheurs UNIL**



⁸⁸ Cf. TABLEAU XI en annexe.

Un tiers des répondants (34%) ne connaissait pas le nom de ce service avant l'enquête. L'analyse du profil de ces personnes révèle une surreprésentation des Chargés de cours/PD (72%) et des Chefs de service et de projet (58%), des personnes plutôt dans la recherche (notamment appliquée) et, très fortement, dans les activités cliniques, et notamment des répondants de la FBM (58%), faculté qui dispose par ailleurs de son propre service de communication, ainsi que le CHUV⁸⁹. Les personnes qui en avaient entendu parler mais n'en connaissaient pas les activités représentent 17% des répondants ; ici, il s'agit davantage d'Assistants/doctorants (21%), un peu plus de répondants actifs dans l'enseignement, ainsi que des facultés de HEC (28%), Droit (25%) et GSE (24%). Pris ensemble, un peu plus de la moitié des répondants (51%) indiquent ne pas connaître les activités d'UNICOM, voire ne pas connaître ce service du tout. A noter toutefois que, sans la FBM où ce pourcentage se monte à 73%, la part de personnes ne connaissant pas le nom ou l'offre d'UNICOM baisse à 37%.

Un gros quart des enseignants-chercheurs (27%) disent connaître UNICOM mais n'ont jamais collaboré avec ce service. Seul un gros cinquième (22%) des enseignants-chercheurs de l'UNIL ont déjà collaboré avec UNICOM. Il s'agit là très nettement plus de PO/MER, de personnes actives dans l'enseignement et dans la recherche (à parts égales dans celle fondamentale et appliquée) ; finalement la Théologie (45%) et les Lettres (40%) y sont surreprésentées, alors que le Droit (12%) et la FBM (8%) y sont sous-représentés.

Fort logiquement, les personnes qui n'ont eu aucune activité de communication large en 2006-2007 se retrouvent davantage du côté de ceux qui connaissaient ce service mais n'avaient jamais collaboré (35% contre 26% pour ceux qui ont eu au moins une activité), alors que celles qui ont eu au moins une activité ont davantage déjà collaboré avec UNICOM (24% contre 9% pour ceux qui n'ont eu aucune activité). Sans surprise, parmi le 20% des enseignants-chercheurs les plus actifs, 39% ont déjà collaboré avec ce service (contre 22% dans l'ensemble), mais 36% des assidus indiquent ne pas connaître le nom d'UNICOM !

La question du **degré de satisfaction avec UNICOM** n'a de sens que pour les personnes qui ont un degré de familiarité suffisant avec ce service⁹⁰. Si l'on se limite aux personnes qui ont déjà collaboré avec ce service, 20% sont « très » satisfaites et 56% « plutôt » satisfaites avec UNICOM – pour un total de trois quarts de satisfaits –, seules 17% se disent insatisfaites. On peut affirmer que plus on est familier avec UNICOM, plus on en est satisfait : le taux de satisfaction passe ainsi de 4% pour les personnes qui avaient seulement entendu parler d'UNICOM et 21% pour celles qui connaissent le service mais n'ont pas collaboré avec, à 76% chez celles qui ont déjà collaboré.

Toujours en se limitant aux personnes qui ont déjà travaillé avec UNICOM, nous ne constatons que peu de différences selon le sexe, mais davantage de variations selon le statut, même si les tailles faibles selon les sous-groupes ne permettent pas de généraliser. En termes facultaires, la satisfaction est particulièrement élevée (84%) parmi les personnes de la FBM qui ont déjà collaboré avec UNICOM et en Lettres (82%) ; elle est également importante en Droit et en SSP (respectivement 75%), la Théologie a le taux le plus faible de satisfaits (60%).

Une question ouverte donnait aux répondants la possibilité d'apporter un commentaire à leur réponse concernant leur degré de satisfaction. Le croisement entre les deux questions montre que les répondants ont interprété cette incitation dans le sens de la possibilité d'apporter des critiques : les personnes satisfaites d'UNICOM n'ont, en grande majorité, rien indiqué ici, alors que 55% de « plutôt pas satisfait » et 60% de « pas du tout satisfait » ont apporté un commentaire (en général négatif). Agrégées, ces remarques très variées suggèrent trois points qui posent problème pour le groupe des insatisfaits. UNICOM semble peu connu des membres de la FBM, qui ne savent par ailleurs pas si ce service leur est aussi adressé. En outre, certaines personnes ne savent pas si UNICOM est un prestataire avant tout technique (fabrication d'affiches, brochures, etc.) ou si ce service doit ou devrait (ou ne devrait pas) s'occuper aussi de la relation science-société, un point souvent relevé en SSP. Enfin, en lien avec ce qui précède, certains ne

⁸⁹ Rappelons qu'une part non négligeable des membres de la FBM sont des employés du CHUV ou des Hospices avec un titre universitaire, deux institutions institutionnellement et géographiquement distinctes de l'UNIL. Ces personnes doivent communiquer via le service compétent du CHUV, quand l'information relève du domaine clinique, et via celui de la FBM, quand cela touche à l'enseignement et à la recherche.

⁹⁰ Deux tiers des personnes qui ne connaissaient pas ce nom ont, fort logiquement, indiqué que la question de la satisfaction ne les concernait pas, et un tiers a répondu « ne sait pas ». Les répondants qui en avaient entendu parler mais n'en connaissaient pas les activités ont coché à environ 95% l'une de ces deux options, de même que 70% des individus qui le connaissaient mais n'ont jamais collaboré avec. A noter que cette question ne porte pas sur les activités organisées par UNICOM, mais sur le service lui-même.

comprennent pas s'il s'agit d'un acteur qui est au service des enseignants-chercheurs ou s'il a lui-même une politique et des choix propres.

7.3 Les médias, un médiateur un peu particulier

Nous avons vu que les médias étaient considérés par les enseignants-chercheurs de l'UNIL comme le médiateur le plus important, devant les services internes de communication ou d'autres acteurs externes. Les données amènent d'autres informations sur la relation complexe des enseignants-chercheurs à ce médiateur un peu particulier que sont les médias.

Elles permettent tout d'abord de cerner les **sollicitations et acceptations** des médias aux enseignants-chercheurs. Le total de sollicitations par des journalistes se monte, sur notre population de répondants, à 1992 occurrences en 2006-2007, tous médias confondus (directement ou par l'entremise de tiers). Ceci équivaut à une moyenne de 2.5 sollicitations par enseignant-chercheur. Le nombre d'acceptations est de 1465 : dans 74% des cas⁹¹, les enseignants-chercheurs ont accepté de répondre à cette sollicitation (1.8 acceptations par individu).

L'analyse par sexe montre une tendance intéressante : si les femmes se font – certainement en lien avec leur présence moindre dans les échelons supérieurs – moins souvent contacter par les journalistes, elles répondent un peu plus souvent présent. Dans notre échantillon, chaque femme a en moyenne été sollicitée 1.2 fois et a accepté 0.9 fois, ou dans 77% des demandes ; les hommes ont plus souvent répondu à des sollicitations (2.3 fois) mais ils ont aussi été davantage sollicités par les journalistes (3.1 fois), ce qui donne une proportion d'acceptations légèrement plus basse que celle des femmes (73%).

Une tendance similaire se dégage en fonction des statuts : les Assistants/doctorants parlent relativement peu souvent aux journalistes (0.5 fois par personne en 2006-2007) mais ils sont aussi très peu sollicités par les journalistes (en moyenne 0.7 fois par personne), ce qui donne néanmoins un « taux d'acceptation » assez élevé (78%). Les PO/MER, s'ils répondent plus souvent (3.4 fois), sont aussi plus souvent sollicités (4.9 fois), ce qui donne un taux un peu moins élevé (70%). En chiffres absolus, cela donne toutefois une forte présence dans les médias : ils ont répondu 840 fois aux journalistes en 2006-2007. Les Chargés de cours/PD comme les PA/MA acceptent un peu moins souvent (respectivement 2.9 et 2.4 fois) mais ils sont un peu moins souvent sollicités aussi (3.9 et 3.1), ce qui donne, là encore, un taux d'acceptation élevé, similaire à celui des Assistants/doctorants. Mais ce sont les Chefs de service, d'unité ou de projets (83% de sollicitations acceptées) et les Chargés de recherche/chercheurs (90%) qui ont les taux d'acceptation les plus hauts, alors même qu'ils sont moins, voire beaucoup moins sollicités (3 fois pour les premiers, 0.9 fois pour les seconds).

S'opposeraient donc des statuts qui, souvent sollicités, peuvent davantage choisir, tout en bénéficiant au final d'une bonne présence médiatique, alors que d'autres groupes, moins sollicités, acceptent proportionnellement plus souvent, mais pour une présence médiatique globalement moindre. La part de personnes jamais sollicitées par les journalistes en 2006-2007, qui varie considérablement selon le statut, va dans ce sens : de fait, on constate dans chaque groupe un écart variable entre la part des enseignants-chercheurs qui sont sollicités par les journalistes, et ceux qui ne le sont pas. Cette part de personnes jamais sollicitées par les médias (en 2006-2007), qui se monte à 46% dans l'ensemble des enseignants-chercheurs, est plus élevée chez les femmes (59%) que chez les hommes (39%) ; elle est aussi plus élevée chez les Chargés de recherche/chercheurs (56%) et, surtout, chez les Assistants/doctorants (71% n'ont jamais été sollicités dans l'année). La part de personnes jamais contactées par les médias en 2006-2007 est modeste chez les PO/MER (19%), Chargés de cours/PD (17%) ou Chefs de service, etc. (24%)⁹².

C'est de loin en Théologie que les répondants se sont fait le plus solliciter (5.1 fois par personne en 2006-2007), le moins en GSE (1.3) ; toutefois, c'est dans cette dernière que le taux d'acceptation a été le plus élevé (80%, pour un total d'une intervention par personne en moyenne). Le taux d'acceptation est également élevé à la FBM (77%), Lettres (76%) et en Droit (76%). La part de personnes jamais sollicitées en 2006-2007 est logiquement la plus petite en Théologie (23%), suivie – de loin – des SSP (42%), alors que les autres facultés tournent autour de 50%, avec un pic en Droit (54%).

⁹¹ Calculé en divisant le total des acceptations par le total des sollicitations. Cf. aussi TABLEAU XII en annexe.

⁹² Ce taux de personnes jamais sollicitées par les médias est aussi plus élevé chez les personnes qui travaillent plutôt dans la recherche (60%), notamment fondamentale (55%). Chez les cliniciens par contre, il est particulièrement bas (17%).

Encadré 10. Les scientifiques et les médias : une relation ambiguë⁹³

Les informations recueillies auprès des enseignants-chercheurs des différentes facultés révèlent une relation difficile entre scientifiques et médias. D'une part, on a **besoin des médias** : l'importance des médias est largement reconnue par nos interlocuteurs. Ils sont « finalement le seul moyen pour nous de diffuser largement nos résultats », dit cet enseignant-chercheur en Lettres, qui appelle même les médias la « porte d'entrée principale » vers la société. Il y a toutefois aussi une **tentation de médias** : « c'est grisant l'attrait des médias, d'être sur le devant de la scène et d'avoir l'impression d'être un expert », dit cet interlocuteur. « Les médias, c'est un piège », pense un autre. « Il y a aussi l'orgueil, la flatterie, soyons honnêtes », admet cet enseignant-chercheur très présent dans les médias, qui avoue – non sans amusement – avoir parfois été taxé de « pute médiatique » par ses collègues...

Différentes critiques sont adressées aux médias. Ce sont notamment **le calendrier et l'agenda** de ces derniers qui sont en cause : « nos recherches n'entrent pas forcément dans l'actualité comme on l'entend habituellement », se plaint un répondant. Un collègue regrette que « les médias ne s'intéressent qu'à certains sujets bien précis ». Un autre parle même de la « difficulté de réveiller l'intérêt des journalistes, pas nécessairement du public ». La **tendance à la simplification** des médias dérange également : on fustige le « besoin des médias de trop simplifier ». « Ils veulent des scoops », regrette ce répondant en sciences criminelles. C'est « des fois discutable », dit ce collègue en GSE, en se souvenant d'un titre aussi réducteur qu'alarmiste à la une d'un quotidien de boulevard après une journée d'information sur ses recherches... Cet enseignant-chercheur en Théologie raconte comment il a voulu imposer un 3^{ème} front dans une émission télévisée qui n'en prévoyait que deux.

On regrette par ailleurs l'**absence de contrôle** sur le processus médiatique : « c'est assez boule de neige », a constaté cet Assistant/doctorant en Lettres en parlant de la médiatisation récente d'une étude. « Ce sont des choses sur lesquelles on n'a aucune prise », dit ce Chargé de recherche/chercheur en GSE : on a beau faire un communiqué, « ils font ce qu'ils veulent ». Un interlocuteur a observé ce qu'il appelle le « phénomène de la patate chaude » : quand un chercheur, trop sollicité, ne veut plus intervenir sur un sujet, il le refile au premier débutant venu dans le domaine...

Mais une poignée d'interlocuteurs **défendent les médias**. Cet interlocuteur en Théologie rappelle que « les journalistes ne sont pas des colporteurs de nos messages, de notre bonne parole » et voit plutôt « des analogies avec nous qu'une opposition ». Pour cet enseignant-chercheur en GSE, les chercheurs recourent parfois à des alibis : « les chercheurs ne veulent pas des journalistes compétents, l'incompétence dont ils se plaignent les arrange bien » car « ça leur évite des questions gênantes ».

Les résultats que nous venons de présenter concernent **les sollicitations par les journalistes**. Or les sollicitations peuvent également arriver via différents relais. On a vu que les médias étaient considérés comme le médiateur le plus important, avant les services spécialisés de l'Université. On retrouve cette tendance du côté des sollicitations : le plus souvent, les enseignants-chercheurs sont contactés directement par les médias : 36% ont répondu « souvent », 17% « rarement », 13% « jamais » ; 34% considérant que cette question ou option ne s'appliquait pas à eux⁹⁴. La prise de contact via UNICOM est nettement moins répandue : 49% ne sont « jamais » sollicités par ce service, seul une minorité (2%) se dit « souvent » contactée par ce service (40% de « ne s'applique pas à moi »). La sollicitation par les journalistes ne passe pas non plus par les services spécialisés des facultés ou unités : seuls 4% sont « souvent » contactés par ce biais, 15% « rarement » et 41% « jamais » (40% considérant que cette question ne s'applique pas à eux).

⁹³ Certains témoignages de cet encadré proviennent de l'enquête on-line (questions ouvertes).

⁹⁴ Cf. TABLEAU XII en annexe. Nous avons maintenu la réponse « ne s'applique pas à moi » vu que la question portait sur les sollicitations et vu aussi qu'UNICOM concerne, en tant que service de communication officiel de l'UNIL, en principe tous les enseignants-chercheurs de l'*alma mater*. Nous avons donc tenté de comprendre – plutôt que d'exclure – les répondants, assez nombreux, qui ont coché « ne s'applique pas à moi ». Ont coché cette option majoritairement des personnes qui n'ont fait aucune activité de communication large en 2006-2007. Si les facultés y sont équitablement représentées, c'est de fait le statut qui est le plus lié à cette réponse : les Assistants/doctorants et les répondants plutôt actifs dans la recherche (et, à l'intérieur de celle-ci, plutôt dans le domaine fondamental) y sont nettement surreprésentés.

Chez les 20% d'enseignants-chercheurs de l'UNIL les plus actifs en matière d'activités de communication dirigée vers un public non-spécialiste, la prise de contact directe des journalistes est plus fréquente. Parmi eux, 81% se font « souvent » contacter directement. Toutefois, même parmi cette population très active, la prise de contact via UNICOM est nettement moins répandue : seule une minorité (4%) se dit « souvent » contactée par ce service, 22% « rarement » et 60% « jamais ». De même, seuls 7% sont « souvent » contactés par le service de communication de leur faculté ou unité, 28% « rarement » et 68% « jamais ».

Les hommes se font bien plus « souvent » contacter directement par les journalistes (43%) que les femmes (23%), et ces dernières répondent plus souvent « ne s'applique pas à moi » aux trois options. Les Chargés de cours/PD (65%), Chefs de service, d'unité ou de projets (61%), voir les PO/MER (57%), se font plus « souvent » contacter directement par les journalistes; à l'autre bout de l'échelle statutaire, les Chargés de recherche/chercheurs (26%) et les Assistants/doctorants (15%) se font beaucoup moins contacter directement par les médias. De manière intéressante, les taux de « souvent » sont partout très bas et ne diffèrent pratiquement pas pour ce qui est de la prise de contact par UNICOM ou par un service interne à la faculté ou unité.

Ce sont les personnes actives à égalité dans la recherche et l'enseignement qui se font le plus contacter directement par des journalistes (46% le sont « souvent »), comme aussi les cliniciens (ici, ce chiffre atteint même 62%). Pour UNICOM et le service spécialisé de la faculté ou de l'unité, les réponses sont partout basses, sauf pour les cliniciens qui se font « souvent » également contacter par leur faculté ou unité. Les personnes qui travaillent dans la recherche fondamentale sont moins nombreuses à se faire contacter « souvent » directement (28%) que celles actives dans la recherche appliquée et mandats (51%) ou dans les deux (45%).

En Théologie, 50% des répondants ont indiqué se faire « souvent » contacter directement par les médias, contre environ 35% dans les autres facultés, et même seulement 26% dans les GSE. Par contre, aucun répondant en Théologie, ni en HEC, n'a indiqué être contacté « souvent » par UNICOM (et seulement 0.3% à la FBM) ; ce chiffre est de quelques pourcents dans les autres facultés, les GSE étant la faculté où le plus de personnes (8%) se font « souvent » contacter par ce service. La part de personnes indiquant n'être « jamais » contactées par UNICOM va de 40% en SSP et dans les GSE, 52% en Droit et 55% à la FBM, à pas moins de 59% en Théologie. Enfin, en Théologie, on se fait le plus « souvent » contacter par le service interne à la faculté ou à son unité (14%), alors que ceci ne concerne que quelques pourcents dans les autres facultés.

Enfin, le « **réflexe médias** » existe-t-il à l'UNIL ? On désigne par là le fait de contacter, comme une évidence, les médias à la fin d'une recherche pour faire part de ses résultats. Les données montrent que ce réflexe n'est pas encore très répandu parmi les enseignants-chercheurs. A la fin d'une recherche, seuls 10% des répondants indiquent contacter « en général » les médias, et 10% le font « souvent » ; à l'inverse pas moins de 60% ont répondu « non, en général pas »⁹⁵.

Même parmi les PO/MER, 46% ne contactent « en général pas » les médias à la fin d'une recherche (contre environ 60% ou plus dans les autres statuts), peut-être car ils sont plus souvent sollicités par les médias que les autres statuts. Dans toutes les facultés, plus de la moitié des personnes ne contactent « en général pas » les médias à la fin d'une recherche, ce chiffre grimpe à 73% en GSE et à 69% en Droit. Les personnes engagées plutôt dans la recherche (et, à l'intérieur de celle-ci, dans la recherche fondamentale) sont plus nombreuses à ne pas contacter les médias à la fin d'une recherche.

⁹⁵ Cf. TABLEAU XIII en annexe. A noter qu'un tiers des répondants (32%) a indiqué que cette question ne s'appliquait pas à eux ; sans surprise, il s'agit majoritairement d'Assistants/doctorants et de Chargés de recherche/chercheurs (qui ne considèrent probablement pas qu'il est de leur ressort de contacter les médias), ainsi que de personnes actives dans la recherche plutôt que dans l'enseignement mais dans le domaine fondamental. Ils ont été exclus des comptages.

8. Cultures disciplinaires : les facultés et leur type d'engagement dans la Cité

Un des objectifs de cette étude est de cerner les logiques et les spécificités disciplinaires à l'œuvre dans l'engagement public des enseignants-chercheurs. Nous présentons dans ce chapitre un « portrait » de chacune des sept facultés de l'UNIL, basé sur les données quantitatives recueillies comme sur des éléments plus qualitatifs. Les tris par faculté pour les différentes variables se trouvent dans les sept dernières colonnes des tableaux complets contenus en annexe⁹⁶.

Il est bon de rappeler que le but de cette étude n'est pas de présenter un classement des différentes facultés, mais bien d'éclairer les spécificités de l'engagement public de chacune d'entre elles. Chaque faculté excelle dans l'une ou l'autre des activités de communication dirigées vers un public non-spécialiste ; chacune est unique dans la combinaison de pratiques et de représentations qu'elle offre. C'est à décrire ce large éventail de cultures disciplinaires qu'est dédié ce chapitre.

8.1 La Faculté de biologie et de médecine (FBM)

Les résultats trouvés attestent de cette « culture de la communication » souvent évoquée pour la FBM. L'engagement public y est le plus valorisé ; on y rédige le plus de communiqués de presse et la participation aux Portes ouvertes est la plus importante. Dans la faculté de l'UNIL relevant pleinement des sciences exactes, ces activités s'inscrivent dans le modèle classique de l'information de la population par des enseignants-chercheurs qui se considèrent comme des spécialistes, avec une forte croyance dans les bienfaits de la science. La motivation de drainer des fonds de recherche par ce type d'activités y est la plus importante. Des relais comme les médias ou UNICOM (peu connu dans cette faculté, mais très apprécié par ceux qui l'ont utilisé) sont moins importants que dans les autres facultés, au profit des fondations extérieures et de l'Interface sciences-société, sans oublier les services de communication de la faculté et du CHUV.

C'est à la FBM que le plus grand nombre de personnes estiment « très importante » la communication avec un public non-spécialiste (50%). La FBM cumule d'autres taux élevés : 90% des enseignants-chercheurs de cette faculté estiment qu'un chercheur dans leur domaine devrait pouvoir résumer ses travaux de manière largement compréhensible (deuxième chiffre le plus élevé), et 85% pensent que les scientifiques ont un devoir moral de communiquer, c'est le chiffre le plus élevé.

En même temps, cette communication s'y inscrit le plus nettement dans une logique d'information (Modèle 1 de Callon) : 56% des répondants s'inscrivent dans ce modèle (maximum, contre seulement 24% pour le modèle 2 du Débat public et 20% pour le modèle 3 de Coproduction des savoirs) (cf. point 2.5). Dans cette faculté, on se considère aussi très fortement comme un spécialiste lorsque l'on intervient dans l'espace public (81%, le deuxième chiffre le plus élevé, derrière la Théologie). C'est d'ailleurs à la FBM que l'on considère le plus (avec les HEC) que les bienfaits de la science sont plus importants que ses éventuels effets nuisibles (48%).

En termes d'activités dirigées vers un public large, la FBM réunit 2 taux maxima (et 2 minima) : c'est ici que l'on a le plus rédigé de communiqués de presse et (avec la Théologie) que l'on a le plus participé aux Portes ouvertes de l'UNIL (23%⁹⁷ ; c'est d'ailleurs à la FBM que l'on approuve le plus le recours à des événements de communication ludiques (85%)). Cependant, on y donne le moins de conférences publiques et rédige le moins d'ouvrages de vulgarisation. Dans cette faculté à la structure de statuts un peu particulière et bien représentée dans notre échantillon, le nombre moyen d'activités par enseignant-chercheur est dans la moyenne (7.7) et la part

⁹⁶ Annexe E. Les éléments qualitatifs utilisés dans cette partie proviennent de la quinzaine d'entretiens menés avec des enseignants-chercheurs des différentes facultés.

⁹⁷ Rappelons qu'en Grande-Bretagne, 24% des chercheurs en biomédecine interrogés avaient participé aux portes ouvertes de leur institution (Wellcome Trust, 2001 : 36). La Royal Society (2006 : 26) a même enregistré un taux de participation aux portes ouvertes de 56% chez les chercheurs des sciences « dures » et chez les ingénieurs.

d'inactifs en la matière (13%) signale un engagement certain⁹⁸. Relevons aussi que cette faculté détient la moyenne d'activités de communication envers les pairs la plus élevée (8.7), avec le taux le plus élevé de rapports scientifiques et le deuxième taux pour les articles dans les revues expertisées et non-expertisées ainsi que pour les interventions dans les colloques.

Si la plupart des motivations des membres de la FBM ressemblent à celles de l'ensemble des enseignants-chercheurs, la motivation de « drainer des fonds de recherche » y a le plus été choisie (34% contre moins de 20% dans la plupart des autres facultés). On y trouve également un taux très élevé de personnes estimant que c'est une prestation de service à ceux qui les financent (30%, deuxième chiffre le plus élevé avec les HEC). Une part importante des membres de la FBM estime d'ailleurs qu'il n'y a pas d'obstacle à communiquer (28%, deuxième chiffre le plus élevé derrière les Lettres), mais on regrette que ces activités ne soient pas valorisées dans le CV (troisième chiffre le plus élevé). C'est ici (avec les HEC) que l'on considère le moins que ses recherches pourraient ne pas intéresser un public non-spécialiste.

Au chapitre des médiateurs, si la FBM considère UNICOM, les médias et journalistes comme un peu moins importants que dans la plupart des autres facultés, on y accorde le plus d'importance à l'Interface sciences-société (33%, contre 22-26% dans les autres facultés) et aux fondations extérieures (34%, contre 29% au total). L'enquête montre par ailleurs une spécificité de la FBM sur la question d'UNICOM, qui s'explique par le fait qu'une majorité de ses membres est rattachée au CHUV ou aux Hospices, dont les locaux sont délocalisés par rapport à ceux du site universitaire principal (Dorigny) et qui disposent de leurs propres services de communication. Plus de la moitié des enquêtés dans cette faculté ne connaissaient pas le nom de ce service et seuls 8% ont déjà collaboré avec UNICOM (c'est le minimum, contre 22% sur le total). A noter que, parmi la minorité qui avait déjà collaboré avec UNICOM, c'est dans cette faculté que l'on mesure le taux de satisfaction le plus élevé avec ce service ! Le fait que la FBM dispose d'un service de communication propre et très actif explique sans doute que dans cette faculté où les sollicitations par les journalistes sont dans la moyenne, les acceptations même un peu au dessus (77% de sollicitations, contre 74% en général), seuls 5% des enseignants-chercheurs indiquent contacter en général les médias à la fin d'une recherche, le chiffre le plus bas enregistré.

Encadré 11. La FBM et la société : un besoin mutuel

Dans certains secteurs de la FBM, le lien avec la société est évident : cet enseignant-chercheur avec un poste clinique se voit à « l'interface » entre la science et la société. Le travail en laboratoire peut toutefois donner l'impression d'une coupure avec la société : cet autre enseignant-chercheur actif dans la recherche en biologie affirme que « dans le travail du chercheur de tous les jours », la relation science-société « n'a pas d'importance ». Mais c'est « à plus long terme » qu'elle est « essentielle » : ne serait-ce que parce qu'« on est financé par la société » et pour « connaître les questions » et les « préoccupations » des gens. On préfère la transmission à la discussion du savoir : si on donne trop dans la sociologie des sciences, « on risque de se couper et du public et des chercheurs », craint cet interlocuteur. Il faut informer le public car sinon il « ne comprend pas ce que font les chercheurs et pourquoi c'est important ».

Dans cette faculté très active, on regrette le manque de soutien. Si l'initiative doit « toujours venir d'en bas », pour ne pas être ressentie comme un ordre, « un peu plus d'écoute en haut serait bien », dit cet enseignant-chercheur : on regrette « qu'il faut tout démarrer, partir de zéro à chaque fois ». Autre problème, la valorisation des activités : même à la FBM, où une partie importante des activités sont cliniques, « ce qu'on valorise, ce sont les publications », s'offusque cet interlocuteur dans le domaine clinique ; pourtant, « notre mission principale, c'est ni la recherche, ni l'enseignement », explique-t-il : « notre core business, c'est le malade ». Car, précise-t-il « nous ne sommes pas au service de la science », mais « la science est à notre service ». Cet autre interlocuteur relève que pendant que les chercheurs s'engagent « la recherche n'avance pas » et « ils ne reçoivent qu'un grand merci » ; au sein de l'institution et en termes de carrières, « la « signification » de ces activités est malheureusement « nulle ».

⁹⁸ Les entretiens menés ont ainsi montré que certaines unités de la FBM organisent des portes ouvertes spécifiques un jour par mois et/ou des grandes conférences mensuelles. Un interlocuteur dans le domaine clinique nous a décrit un grand « event » d'information organisé sur la place la plus grande et la plus centrale de Lausanne afin d'informer et de sensibiliser la population à un problème de santé. L'unité en question n'a pas hésité à engager un journaliste professionnel pour assurer la communication et concevoir une politique en la matière.

8.2 La Faculté de droit et des sciences criminelles

La faculté de Droit se distingue nettement des autres facultés certes par des scores d'engagement globalement les plus modérés, mais aussi par des tendances paradoxales. L'engagement public de cette faculté qui se dit volontiers intrinsèquement liée aux affaires de la Cité semble se concentrer sur certains canaux plus institutionnels ou formels et sur une communication dirigée vers les milieux professionnels plutôt que le public large. Cette faculté s'inscrit en même temps le plus dans le modèle du débat public, tout en étant paradoxalement la moins convaincue de pouvoir faire un lien entre ses recherches et la vie de tous les jours.

On observe d'un côté que les enseignants-chercheurs en Droit accordent le moins d'importance à la communication envers un public non-spécialiste: seuls 29% l'estiment « très importante » et le taux cumulé est le plus bas (bien qu'il soit élevé, 71%). C'est aussi la faculté où l'on considère le moins que les scientifiques ont le devoir moral de communiquer sur les implications sociales et éthiques avec un public non-spécialiste (65%). Ceci a des conséquences sur les pratiques : en moyenne, chaque enseignant-chercheur a fait 7 activités en 2006-2007, et l'on enregistre 15% d'inactifs en la matière en Droit.

De l'autre côté, parmi les 17 activités de communication dirigées vers un public large proposées, la faculté de Droit enregistre des taux record dans les interventions dans le cadre de formations continues adressées à un public hors-UNIL (58%) et devant des associations, ONG et groupes d'intérêt (34%), ainsi que – deuxième pourcentage le plus élevé – devant des commissions hors UNIL (32%) et dans des cafés scientifiques (22%). L'engagement des membres de la faculté de Droit est sélectif : en témoigne le fait que, pour 6 des 17 activités, le Droit enregistre le pourcentage minimal.

Cette faculté se distingue, comme la Théologie, en s'inscrivant majoritairement dans le modèle du Débat public (49%, deuxième pourcentage le plus élevé). La liste des destinataires des enseignants-chercheurs en Droit ne diffère de celle des autres facultés que pour les milieux professionnels : les milieux économiques ou de l'industrie sont cités à la 4^{ème} place contre 7^{ème} au classement général et les associations, syndicats et groupes d'intérêt sont ici à la 6^{ème} place contre 9^{ème} au général. Ceci confirme une communication essentiellement dirigée vers des milieux professionnels, plutôt que vers le public non-spécialiste au sens large. Les enseignants-chercheurs en Droit sont par ailleurs ceux qui estiment le moins que concevoir des événements de communication sur un mode ludique est une bonne chose.

La structure des motivations exprimées par les enseignants-chercheurs en Droit ressemble à celle de l'ensemble des répondants à quelques nuances près. La plus frappante se trouve dans le plus haut taux de personnes ayant indiqué ne pas avoir de motivations pour communiquer avec un public non-spécialiste (14% contre moins de 5% dans les autres facultés). C'est d'ailleurs aussi ici que les personnes pensent le moins que communiquer ses recherches à un public large fait simplement partie de leur travail (12% contre environ 30% dans les autres facultés). La motivation d'inspirer des vocations ou de drainer des étudiants est aussi la plus faible (6% contre plus de 20% dans les autres facultés). A noter que les membres de cette faculté souscrivent le moins à l'idée que l'on peut faire un lien entre ses recherches et la vie quotidienne des gens (45% pensent pouvoir le faire, pourcentage minimal).

Parmi les autres obstacles cités, celui qui recueille le plus de suffrages ici est l'impression que ses recherches n'intéressent pas le public non-spécialiste (39% contre 15-20% environ dans les autres facultés). Il y a aussi la crainte que les résultats pourraient être mal utilisés par les médias ou les politiques (23%, deuxième pourcentage le plus élevé derrière SSP). Par contre, l'absence de valorisation de ces activités dans le CV, citée comme problème dans la plupart des autres facultés (20-30% environ), ne semble pas en constituer un en Droit (8%). C'est également ici que l'on estime le moins que cela prend trop de temps (20%).

On ne s'étonne dès lors guère qu'en Droit, tous les médiateurs proposés dans l'enquête sont moins considérés comme importants que dans les autres facultés (sauf les musées). Notamment, seuls 37% jugent les médias et journalistes « très ou plutôt importants » (contre 60% pour l'ensemble des répondants). Sans surprise, seuls 12% des membres de cette faculté ont déjà collaboré avec UNICOM (le deuxième chiffre le plus bas) ; pourtant, parmi les personnes qui l'ont déjà fait, le taux de satisfaction avec ce service est élevé (75%). De même, seuls 9% des répondants du Droit contactent en général les médias à la fin d'une recherche (69% ne le faisant jamais, c'est le deuxième pourcentage le plus élevé). Au final, 54% des répondants n'ont jamais été sollicités par les médias en 2006-2007, ce qui constitue le chiffre le plus élevé.

Encadré 12. Le Droit, entre praxis et confidentialité

Le Droit « est une praxis », explique cet enseignant-chercheur en Droit, il est donc « par définition dirigé vers la Cité ». Cet interlocuteur relève aussi le « lien privilégié avec la pratique du droit dans la société » et le fait que « la recherche sert fondamentalement à la société » dans ce domaine, notamment par le biais de « professeurs-avocats », une pratique très « enrichissante » car « à la pointe de l'actualité » pour les étudiants. Bref, le Droit est « un réseau », qui est d'emblée lié au « contexte politique, économique, sociologique... » ; le Droit est donc d'une certaine manière « fondamentalement au service des autres », il n'est « pas une fin en lui-même ». De plus, « les hommes de loi sont des hommes de parole », ils aiment communiquer.

Ce contact avec la Cité est toutefois peut-être davantage idéal, sinon idéalisé, ou limité à certains groupes de destinataires ; un autre enseignant-chercheur interrogé affirme de son côté qu'« en Droit, le contact avec le grand public est moins développé » ; l'attente de communiquer ne s'y ressent pas encore tant : « en Droit, on n'y est pas encore ». Ici, prévaut l'idée qu'il faut « avoir eu sa carrière » pour pouvoir intervenir régulièrement dans les médias. Il distingue aussi des branches du droit qui « tirent vers les sciences sociales » comme par exemple la criminologie, et qui sont plus liées à la Cité, du « droit pur », plus hermétique. La question de la confidentialité des données notamment sur des cas en cours peut également poser problème en termes de communication⁹⁹. La situation est toutefois peut-être aussi en passe de changer dans cette faculté. Notre premier interlocuteur relève que désormais, la communication est valorisée en droit, notamment avec la « nouvelle vague » de professeurs : il n'y a « plus du tout de mépris » à cet égard : « l'esprit, aujourd'hui est très ouvert ».

8.3 La Faculté des géosciences et de l'environnement (GSE)

L'engagement public est très valorisé dans la faculté des GSE, où on l'inscrit le plus fortement dans une idée de co-construction des savoirs, de conscientisation de la population, mais aussi de plaisir personnel et, last but not least, dans un but d'attirer des étudiants. Celle qui, avec la FBM, est la plus jeune des facultés de l'UNIL (mais aussi l'une des plus petites de l'alma mater) a l'engagement public le plus largement partagé (part d'« inactifs » la plus faible), ayant le plus fortement investi certains supports (notamment Internet, les communiqués de presse, les Portes ouvertes) pour en délaisser d'autres. La relation aux médias mais aussi à UNICOM semble nuancée et complexe.

Les GSE se situent parmi les facultés ayant accordé le plus d'importance à la communication dirigée vers un public non-spécialiste (48% de « très important »). Si l'on ajoute les « plutôt important » (48%), c'est ici qu'on a le plus haut taux cumulé d'« important » (96%). Il faut dire que 86% des répondants estiment qu'un chercheur de leur domaine devrait pouvoir résumer son travail de manière largement compréhensible (c'est le troisième pourcentage le plus élevé). Par ailleurs, en GSE, 84% des répondants estiment que les scientifiques ont le devoir moral de communiquer les implications sociales et éthiques de leurs résultats (deuxième chiffre le plus élevé). C'est en GSE que l'on s'inscrit d'ailleurs le plus à la Coproduction des savoirs (34%, même si le modèle 1 de l'Information reste majoritaire).

En termes d'activités, les GSE réunissent deux maxima (qui contrastent toutefois avec 4 minima). On semble y avoir misé sur certains supports : la communication des résultats via Internet et la rédaction d'un communiqué de presse (avec la FBM). On a par ailleurs beaucoup écrit d'articles grand public et participé aux Portes ouvertes (deuxièmes chiffres les plus élevés). Les membres de cette faculté sont par contre le moins intervenus dans des formations continues pour un public hors UNIL, été interviewés par la presse ou participé à des émissions TV ou radio, ou encore intervenus lors d'un café scientifique. C'est finalement ici que l'on retrouve le nombre moyen d'activités par enseignant-chercheur en 2006-2007 le plus bas (6.9). Ceci peut s'expliquer par la jeunesse de cette faculté et le temps qu'il faut pour tisser des liens notamment avec les médias. En même temps, on y enregistre aussi la part d'« inactifs » la plus faible (6% contre 10-15% dans les autres facultés), démontrant un engagement largement répandu parmi les enseignants-chercheurs de cette faculté. A noter qu'en GSE le lien entre la communication large

⁹⁹ Les cas sont toujours anonymisés, et cette précaution, utile pour l'enseignement universitaire, intéresse moins les médias. Un jeune enseignant-chercheur en sciences criminelles dit même qu'ici la règle veut qu'« on ne parle pas tant que ce n'est pas fini ». Une de nos interlocuteurs explique d'ailleurs que les sollicitations des journalistes sont rares car « les lois ne viennent pas de nous » et, sur les cas en suspens, on peut difficilement s'exprimer.

et celle dirigée vers les pairs est la plus faible – cette petite faculté semblerait avoir pour l’instant plus de difficultés à s’engager dans les deux directions.

A noter aussi que les GSE sont la seule faculté où la première motivation est le « plaisir, envie personnelle » (60%), suivie par le fait d’informer les gens (58%). Par ailleurs, le fait de conscientiser les gens, leur donner les moyens de façonner le monde obtient un score très proche (56%, pourcentage le plus élevé). Enfin, dans cette faculté, on a le plus choisi la motivation d’inspirer des vocations et de drainer des étudiants (38%). C’est en GSE que l’on relève le plus comme obstacle le manque de valorisation de ces activités dans le CV (30%), et que l’on a le plus l’impression de ne pas avoir les compétences pour le faire (16%).

Le taux le plus élevé de répondants (il s’agit de 10%) y a indiqué comme obstacle le fait que la suite de leur carrière pourrait ne pas se dérouler à l’UNIL. La dévalorisation par les pairs d’une présence trop marquée dans l’espace public pourrait également constituer un problème dans cette faculté (30%, le deuxième pourcentage le plus élevé). Par contre, c’est ici – avec les Lettres – que l’on a le moins peur que ses résultats soient mal utilisés par les médias ou les politiques.

En termes de médiateurs, dans les GSE on compte un peu plus que dans les autres facultés sur les médias et journalistes (66% de « très ou plutôt important », contre 60% au total) et sur les musées (36% contre 27% ; c’est le deuxième pourcentage derrière les Lettres). Un quart des enseignants-chercheurs de cette faculté dit avoir déjà collaboré avec UNICOM, un chiffre dans la moyenne générale ; c’est aussi ici que le plus de répondants disent être « souvent » contactés directement par UNICOM (avec un chiffre cependant très bas : 8%).

La relation aux médias semble complexe. Seuls 8% des membres de cette faculté disent contacter « en général » les médias à la fin d’une recherche, c’est le deuxième chiffre le plus bas (73% ne le font « jamais », c’est un record). C’est aussi la faculté avec le nombre moyen de sollicitations par des journalistes et par personne le plus modeste (1.3 fois en 2006-2007), seuls 26% des répondants se faisant souvent directement solliciter par les médias (taux le plus bas). S’ils sont relativement peu sollicités, les enseignants-chercheurs des GSE acceptent par contre le plus les sollicitations : le taux d’acceptations est de 80%, c’est le maximum.

Encadré 13. Les GSE et la nécessité de la proximité

Par ses sujets, ses financements et sa destination, la recherche en GSE est souvent intimement liée à la société (environnement, développement durable, études urbaines, etc.). Ce jeune enseignant-chercheur relève qu’« *une partie du financement de mes projets vient des domaines publics* » et évoque les multiples présentations publiques qu’il est amené à faire : la relation science-société « *fait partie intégrante du travail* ». A en croire les membres des GSE interrogés, la société n’est pas passive : « *il y a des tas de savoirs qui se produisent de toutes parts* », résume cet enseignant-chercheur. La relation doit être un dialogue : les gens « *peuvent nous apporter énormément de choses, parce qu’ils ont des connaissances plus importantes que nous dans certains domaines* », dit ce jeune interlocuteur. C’est toute la hiérarchie des objets de recherche qui devrait être revue : ce jeune enseignant-chercheur estime qu’il « *manque vraiment une valorisation des projets appliqués et une valorisation de projets qui font cette interface entre la science et la société* ».

Les savoirs produits, liés à la question des risques et dangers naturels, sont aussi étroitement liés au local : un enseignant-chercheur évoque un projet de centre de formation pour les étudiants et la population qui serait également un « *petit musée* » et qui « *participerait au tourisme local* ». On cherche une proximité géographique avec la société : cet interlocuteur regrette la distance spatiale entre l’UNIL et la Cité : « *c’est là que ça commence* » car « *c’est un campus mort, ça manque de vie* » (en pensant aux campus américains). Sans craindre le pléonasme, on peut affirmer que dans les GSE, on a une conception territoriale de l’institution universitaire. Un enseignant-chercheur expérimenté regrette ainsi que l’EPFL « *quitte le territoire* » en nommant des professeurs « *américains ou américanisés* », des « *stars qui vont de toutes façons repartir* » avec « *des publications internationales qui prévalent sur l’intégration locale* ».

Pour cette faculté dynamique, l’université avec ses routines peut en elle-même constituer un obstacle à la communication : « *on dit que l’uni est un endroit où on pense, mais ce n’est pas forcément le cas* », dit cet enseignant-chercheur chevronné en GSE, en notant qu’il y a « *beaucoup de problèmes administratifs, au lieu d’être dynamiques et réactifs* ». Le climat est ici à l’ouverture : cet interlocuteur dit que l’« *on ressent le besoin de communiquer* » et que les collègues sont « *sensibles, ouverts à cet aspect* ».

8.4 La Faculté des hautes études commerciales (HEC)

La Faculté des HEC a un engagement public plutôt contrasté : la difficulté à vulgariser le domaine comme les problèmes de langue liés à la forte proportion d'enseignants-chercheurs de nationalité étrangère semblent modérer des envies de communiquer qui s'inscrivent prioritairement dans le modèle de l'Information et dans la plus forte croyance dans les bienfaits de la science. Cette communication est notablement dirigée vers les milieux économiques et l'industrie. C'est en HEC que l'on trouve les motivations liées à la visibilité institutionnelle les plus fortes, tant au niveau de la faculté que de l'université.

HEC a le deuxième taux cumulé d'importance de la communication large le plus bas (78%), mais qui reste très élevé¹⁰⁰. On y considère peu que les scientifiques ont un devoir moral de communiquer leurs recherches à un public large (le deuxième taux le plus bas). Si les savoirs produits par les HEC ne semblent pas éloignés de la société (67% estiment qu'il est possible de faire un lien entre leurs recherches et les préoccupations de tous les jours des gens), on estime le moins qu'un chercheur de son domaine devrait pouvoir résumer son travail de manière largement compréhensible (76%, le chiffre le plus bas).

En HEC, on inscrit son activité de communication large nettement dans le modèle de l'Information (53%) plutôt que du Débat public (26%) ou de la Coproduction des savoirs (21%). Pourtant, c'est ici que les enseignants-chercheurs se considèrent le moins comme des spécialistes quand ils interviennent dans l'espace public (66%), et le plus comme des généralistes (11%) ou comme les deux (20%). C'est en HEC que l'on souscrit le plus à l'idée que les bienfaits de la science surpassent ses éventuels effets nuisibles (48% à égalité avec FBM, contre environ 20-30% dans les autres facultés).

En lien peut-être avec ces paradoxes, l'engagement public des HEC est assez contrasté : on y dénombre certes 2 taux maxima mais aussi 2 minima. C'est ici qu'on a le plus participé à des événements d'information scientifique hors UNIL et fait le plus d'interventions devant des commissions extérieures ; on y intervient également souvent devant des associations, ONG ou groupes d'intérêt (deuxième chiffre le plus haut). Cependant, on y a le moins participé aux Portes ouvertes (seulement 4% des enseignants-chercheurs l'ont fait, contre 16% sur le total) ou collaboré avec un musée. En HEC, on a également peu rédigé de communiqués (troisième chiffre le plus bas).

La moyenne des activités en 2006-2007 par membre de la faculté est la troisième la plus haute enregistrée (7.8, derrière la Théologie et les Lettres), cependant avec presque 15% d'« inactifs », on a le deuxième taux le plus élevée : l'engagement est donc ici davantage concentré sur une partie des enseignants-chercheurs de la faculté. Finalement, le lien entre les activités de communication à l'attention des pairs et celles adressées à un public non-spécialiste est le deuxième plus faible : en HEC, publier beaucoup va moins de pair avec communiquer beaucoup avec un public large.

Après les Lettres (30%), c'est en HEC (28%) que l'on considère le plus qu'il n'y a pas d'obstacles à la communication large, et que l'on estime le moins (13%) qu'une activité soutenue dans l'espace public peut engendrer une désapprobation par les pairs. Par contre, l'absence de valorisation dans le CV est assez fortement citée ici comme obstacle (deuxième chiffre le plus haut), ce qui pourrait expliquer l'engagement modéré des enseignants-chercheurs. Le fait que le français ne soit pas la première langue du répondant, mais aussi l'impression que les gens ne pourraient pas comprendre, sont le plus invoqués dans cette faculté (11% des répondants). En même temps, c'est en HEC que le moins de chercheurs estiment que ce type d'activités ne fait pas partie de leur travail (seulement 4% le pensent). Et c'est aussi ici que l'on estime le moins (avec la FBM) que ses recherches n'intéressent pas le public non-spécialiste.

Les motivations sont très institutionnelles. C'est en HEC que la motivation de renforcer l'image de l'unité ou de la faculté est de loin la plus choisie (46% contre 30% au maximum dans les autres facultés), le renforcement de l'image de l'UNIL étant lui aussi le plus cité ici (33%) : les enjeux de représentations et de visibilité moins individuels qu'institutionnels sont donc centraux ici. On estime aussi très fortement que c'est une prestation de service rendue à ceux qui financent leur travail (deuxième chiffre le plus haut).

En termes de destinataires, les enseignants-chercheurs en HEC donnent sans surprise plus d'importance que leurs collègues des autres facultés aux milieux économiques et à l'industrie –

¹⁰⁰ Rappelons que le questionnaire n'a pas été traduit en anglais, ce qui a pu occasionner un biais en faveur des personnes francophones (qui ont moins d'obstacles, du moins linguistiques, à s'engager), notamment en HEC, où la part de Professeurs et chercheurs étrangers est la plus grande (51% ; Administration UNIL).

cités en 1^{ère} place ex æquo avec les milieux professionnels liés au domaine – ainsi qu’aux associations, syndicats et groupes d’intérêt. Enfin, les enseignants-chercheurs en HEC comptent plus que les autres sur le service de communication de leur propre faculté ou unité (44% de « très ou plutôt important », contre 34% en moyenne). Un quart des répondants en HEC avaient déjà collaboré avec UNICOM, un chiffre dans la moyenne. A noter qu’aucun répondant de cette faculté ne dit être « souvent » contacté directement par ce service. Avec 69%, la proportion d’acceptations des sollicitations par des journalistes est parmi les plus basses.

Encadré 14. Les HEC, entre accountability et compétitivité

Dans le contexte d’une réalité sociale fortement marquée par l’économie, les recherches menées dans la Faculté des HEC sont proches du vécu des gens, voire directement compréhensibles : « *en économie, pas besoin de traduction* », dit ce jeune enseignant-chercheur interrogé. Pour cet interlocuteur en début de carrière, la recherche en économie – où on « *travaille toujours sur un objet réel* » – doit être largement compréhensible : « *une bonne recherche est une recherche qu’on peut expliquer à un profane, à la grand-mère* ». Communiquer s’inscrit dans l’idée d’*accountability* – car « *on le doit* » aux gens » et il est « *important de justifier ce qu’on fait* » – mais aussi dans le « *plaisir* » et l’*envie de communiquer, de montrer ce qu’on a trouvé* ». Il s’agit d’*informer le public* », mais aussi de « *faire passer des résultats auprès des politiciens* ». Dans cette faculté, les étudiants sont volontiers considérés comme un public : « *ça commence avec les cours* », dit cet enseignant-chercheur expérimenté, en ajoutant que « *les étudiants ne sont pas de la chair à canon, mais des êtres humains* » ; « *les étudiants sont la société de demain* », renchérit son jeune collègue.

Certains membres de la faculté communiquent volontiers avec la presse ; des unités ont ainsi un accord avec un grand journal romand, pour un article hebdomadaire. Mais il y a des réticences diffuses : notre interlocuteur chevronné, très actif dans l’espace public et n’hésitant pas à s’exprimer sur des questions d’actualité, relève que « *la société s’y intéresse. Mais les pairs n’aiment pas trop* », en ajoutant notamment que « *si on en fait trop, ça ne plaît pas* ». Dans cette faculté, l’incompatibilité entre communication envers les pairs et plus large serait assez grande : « *ce qui est publiable n’est pas communicable à la société, et ce qui est communicable n’est pas publiable* », constate avec regret cet interlocuteur.

8.5 La Faculté des lettres

La Faculté des lettres a un rapport ambivalent avec la société, qui allie un engagement public poussé avec une certaine prise de distance, préférant notamment l’information au débat public, et postulant un modèle « autonomiste » d’une science coupée de la société. La communication dirigée vers un public non-spécialiste se concentre sur des formats comme les conférences, les interventions dans des écoles et les musées.

Si les Lettres sont la troisième faculté à accorder le plus d’importance à la communication avec un public non-spécialiste (47% de « très important »), cette faculté est en réalité très active en matière de communication dirigée vers un public large. En moyenne, chaque enseignant-chercheur en Lettres a fait 8.2 activités en 2006-2007, c’est le deuxième chiffre le plus élevé. Les Lettres détiennent le deuxième nombre le plus élevé de taux maximum (3). Ainsi, c’est dans cette faculté que les enseignants-chercheurs ont le plus donné de conférences publiques ou participé à des grands débats (59%), qu’ils sont le plus intervenus dans des écoles (34%), qu’ils ont le plus collaboré avec des musées (21%). De plus, ils sont nombreux à rédiger des communiqués de presse (23%, deuxième taux le plus élevé). Par contre, on y intervient le moins devant des commissions extérieures ou encore des associations, ONG ou groupes d’intérêt, et dans le cadre de formations continues adressées à un public hors UNIL. Les événements de communication scientifique sur un mode ludique ne sont pas très appréciés en Lettres : seuls 59% estiment que c’est une bonne chose, c’est – quoiqu’il soit élevé – le deuxième chiffre le plus bas.

Plus généralement, en Lettres, on souscrit principalement au modèle de l’Information (55%, deuxième pourcentage le plus élevé). Dans cette faculté, on renvoie le plus à un modèle « autonomiste » de la science, qui postule que les objets scientifiques se définissent sans intervention de la société (41%, maximum). De plus, seuls 59% des enseignants-chercheurs estiment pouvoir faire un lien entre leurs recherches et les préoccupations de tous les jours des gens (deuxième pourcentage le plus bas).

Si les motivations des enseignants-chercheurs en Lettres sont la volonté d’informer, suivie de la volonté de conscientiser les gens, on constate néanmoins le deuxième pourcentage le plus élevé

pour le plaisir et l'envie personnels (43%), la volonté d'inspirer des vocations, de drainer des étudiants (37%) et la motivation de drainer des fonds de recherche (27%). C'est en Lettres que le plus d'enseignants-chercheurs disent qu'il n'y a pas d'obstacle à une communication large (30%). C'est également ici que l'on est le moins inquiet que les résultats soient travestis ou mal utilisés (6%) mais que l'on relève le plus le manque d'argent pour ce type d'activités et la nécessité de l'utiliser avant tout pour la recherche (13%). La dévalorisation par les pairs d'une présence soutenue dans l'espace public ne semble pas poser problème : seuls 18% estiment que cela pourrait être le cas, c'est le deuxième chiffre le plus bas.

En Lettres, on valorise le plus UNICOM comme médiateur (50% de « très ou plutôt important », contre 41% en général) et les musées (41%, contre 27%). Logiquement, dans cette faculté on mesure le deuxième chiffre le plus élevé de personnes ayant déjà collaboré avec UNICOM (40%) ; leur degré de satisfaction avec ce service étant, lui aussi, le deuxième le plus élevé (83%). Le réflexe médias y est passablement présent (deuxième pourcentage le plus élevé pour « en général ou souvent »).

Encadré 15. Les Lettres : vendre son travail sans vendre son âme

Le lien entre le savoir produit en Lettres et la société fait débat parmi les personnes interrogées. Pour certains, les objets étudiés en Lettres, et pas seulement eux, sont issus de la société. Ainsi, un enseignant-chercheur en sociolinguistique se voit « *vraiment ancré sur la société* » car « *on étudie comment les gens parlent vraiment* ». « *C'est nos échantillons* », dit cet interlocuteur de la société ; ne serait-ce que par là « *la société civile est impliquée dans nos recherches* ». Mais les gens ne sont « *pas que des objets* » : via des *focus groups* par exemple, on peut écouter les doléances de certains acteurs, ce qui peut « *réorienter* » les recherches. La relation à la Cité est pensée comme dialogique par ces interlocuteurs « *c'est un rapport d'échange, clairement* », dit cet enseignant-chercheur chevronné, qui décrit la « *double fonction* » de l'université : un « *lieu de savoir et de recherche, disposant d'une autonomie relative* », mais en même temps « *une institution qui doit rendre compte de ses activités auprès de l'espace public* ». Mais dans certains domaines, on pourrait avoir plus de peine à faire un lien avec l'actualité : « *probablement que le Moyen-âge est plus difficile à transmettre* », dit cet interlocuteur. Fait rare, le catalogue d'exposition, puisque les Lettres collaborent souvent avec des musées, est un support qui permet à la fois de satisfaire des exigences scientifiques (il fait partie du CV) et de plaire à un public large.

Pour certains membres de cette faculté et en fonction de leurs objets d'étude, l'accès à l'espace public est donc souvent immédiat, « naturel », même si un souci d'intégrité reste présent. Notre deuxième interlocuteur explique qu'il « *réalise des travaux qui sont orientés vers la sphère publique* » mais « *sans vendre [s]on âme* ». Il pense que « *c'est bien que les universitaires prennent la parole, soit dans les médias écrits ou oraux, télévisuels, pour énoncer un point de vue institutionnel* ». Dans cette faculté, la diffusion large est souvent impliquée dans les projets : en travaillant sur les messages de prévention dans le domaine de la santé, « *forcément on ne fait pas une recherche qui est censée se limiter à l'Université, mais qui doit avoir un écho* », dit ce jeune enseignant-chercheur, qui ne veut « *pas qu'on fasse une recherche pendant deux ans, et puis qu'après cette recherche est enterrée dans un placard et voilà* ». Cet autre interlocuteur n'hésite pas à contacter les médias autour d'une publication – et de recourir à un vocabulaire *marketing* : « *ça fait partie du travail normal de l'universitaire que d'essayer de vendre ses produits au mieux, de les faire connaître* ».

8.6 La Faculté des sciences sociales et politiques (SSP)

La faculté des SSP est partagée sur la question de la communication dirigée vers un public non-spécialiste. Si ces activités sont globalement considérées comme importantes, le degré d'engagement et les interactions avec les médias sont moyens. Se dégage l'image d'une faculté critique envers à la fois la science et la communication, convaincue du lien entre ses recherches et la Cité et de leur utilité potentielle pour cette dernière, mais craignant que ses réflexions ne soient dénaturées ou mal utilisées.

La Faculté des SSP attribue un niveau d'importance moyen à la communication avec un public non-spécialiste. Cependant, c'est dans cette faculté que le plus d'enseignants-chercheurs estiment qu'un chercheur de leur domaine devrait pouvoir résumer ses recherches de manière largement compréhensible (92%), mais aussi que le plus de répondants estiment qu'un chercheur de leur domaine très présent dans l'espace public pourrait être mal vu par les pairs (31%).

Avec les GSE, les SSP sont la seule faculté qui inscrit notablement ses activités de communication dirigée vers un public non-spécialiste dans la perspective de Coproduction des savoirs (32%, mais le modèle de l'Information restant toutefois majoritaire avec 43%). C'est d'ailleurs en SSP que l'on pense le plus que l'on peut faire un lien entre ses recherches et la vie quotidienne des gens : 83% le disent, c'est de loin le taux le plus élevé.

Le degré d'engagement des personnes en matière de communication large est moyen en SSP. Cette faculté a un taux maximal et un minimum : on y rédige le plus d'articles dans des magazines grand public et la faculté a le deuxième taux le plus haut pour les interviews dans des quotidiens ou magazines. On y a toutefois le moins participé à des événements d'information à l'extérieur de l'UNIL et très peu aux Portes ouvertes de l'UNIL¹⁰¹. La moyenne des activités faites en 2006-2007 par des membres des SSP (7.2) et la part d'inactifs en la matière (un peu moins de 11%) confirme les tendances moyennes de cette faculté. A noter aussi qu'en SSP, le lien entre les activités de communication à l'attention des pairs et celles adressées à un public non-spécialiste est moins important : l'un va moins forcément de pair avec l'autre.

Si, en SSP également, informer les gens est la motivation la plus citée, on trouve ici des taux élevés pour la volonté de contribuer au débat public (55%) et de conscientiser les gens (52%, c'est le troisième chiffre le plus élevé). C'est aussi en SSP que le plus de personnes estiment que communiquer avec un public large fait simplement partie de leur travail (33%). Du côté des obstacles, c'est en SSP que l'on regrette le plus, avec la Théologie, que ces activités prennent trop de temps, que l'on craint le plus que ses résultats soient travestis ou mal utilisés par les médias ou les politiques (29%) et, enfin, que le plus d'enseignants-chercheurs disent ne pas chercher la lumière des projecteurs dans leur travail (27%). En SSP, on a l'impression que l'on n'a pas les compétences pour faire ce genre d'activités (15%, deuxième pourcentage le plus élevé). La dévalorisation de ces efforts par les collègues semble également poser problème : c'est en SSP (31%) que le plus de répondants estiment qu'un chercheur de leur domaine très présent dans l'espace public pourrait être mal vu par les pairs. La liste des destinataires des SSP selon leur importance ressemble rigoureusement à celle de l'ensemble des enseignants-chercheurs de l'UNIL à une exception près : les associations, syndicats et groupes d'intérêt sont ici cités en 5^{ème} place contre la 9^{ème} dans l'ensemble de l'UNIL.

En SSP, on valorise un peu plus UNICOM comme médiateurs (48% de « très ou plutôt important » contre 41% sur toutes les personnes) et les médias et journalistes (67% contre 60%). Comme à la FBM et en GSE, les fondations extérieures (31%) sont un peu plus importantes que dans les autres facultés (autour de 20%). Pourtant, sur UNICOM, les éléments qualitatifs recueillis ont permis d'identifier une sorte de « syndrome SSP » par rapport à ce service, perçu comme trop affilié à une approche marketing de la communication. En même temps, l'enquête révèle que ce service est plutôt bien utilisé par les membres de cette faculté : 30% y ont déjà eu recours, ce qui est moins qu'en Théologie ou en Lettres (40% ou plus), mais plus que dans les autres facultés. De même, parmi les répondants de SSP qui ont déjà collaboré, les trois quarts s'en disent satisfaits (seul les Lettres ont un taux de satisfaction plus élevé).

Par ailleurs, 16% des personnes disent contacter « en général » les médias à la fin d'une recherche (deuxième taux le plus élevé), 50% indiquant ne « jamais » le faire (minimum). Avec 3.1 sollicitations par individu en 2006-2007, les SSP sont la deuxième faculté la plus sollicitée après la Théologie, mais le taux d'acceptation des sollicitations des médias est le plus bas (68%).

Encadré 16. Les SSP : de la posture critique à la méfiance

Les entretiens menés confirment l'image d'une faculté partagée entre une conception plus politique de l'engagement du scientifique et une attitude plus prudente. En SSP, la proximité des objets voire de la terminologie avec celle du grand public peut engendrer une réaction de repli : « si on dit des banalités, les gens vont se dire : 'quoi, je paye pour ça !', ou 'quoi, vous avez mis 4 ans pour trouver cela !' », dit cet enseignant-chercheur. Ces craintes peuvent engendrer une conception autonomiste de la science : les résultats n'ont de valeur qu'« à l'intérieur du champ, de ses débats », soutient cet enseignant-chercheur, qui avoue avoir « en général refusé » des sollicitations des médias.

D'autres membres de la faculté sont plus engagés, ou souhaiteraient l'être. Pour ce jeune enseignant-chercheur, le savoir produit en SSP serait « facilement vulgarisable » mais il est trop souvent « crypté » afin que les gens ne comprennent pas. Ce deuxième interlocuteur voudrait

¹⁰¹ Pourtant, à la question de savoir si concevoir des événements de communication ludiques est une bonne chose, les deux tiers des enseignants-chercheurs en SSP l'approuvent, ce qui est équivalent au pourcentage total.

« plus de retours vers la société » dans « une logique de recherche-action ». Il veut « donner les moyens aux gens de participer à la construction de la société qu'ils veulent ». Interpellé sur les attentes de la direction, il trouve au contraire qu'« on n'est pas assez poussé à communiquer ».

Ce qui unit ces deux approches est une vision critique de la communication. Engagé, notre deuxième interlocuteur craint une « possible simplification des messages à des fins politiques ». Quant au premier enseignant-chercheur interrogé, il a des « réticences » envers les « théories simplistes de ces promoteurs de la communication » : il estime que d'« entrer dans cette démarche de communication est compliqué » car cela « demanderait un effort de part et d'autre », notamment « aussi du destinataire ». Cet enseignant-chercheur refuse par ailleurs que les chercheurs fassent le « pitre » lors de manifestations comme les Portes ouvertes.

8.7 La Faculté de théologie et des sciences des religions

La Théologie se démarque des autres facultés par un engagement public particulièrement soutenu et varié, qui s'inscrit dans une conception active et dynamique de la communication dirigée envers le public non-spécialiste, centrée sur la notion du débat public. On y rencontre proportionnellement le plus d'enseignants-chercheurs intervenant dans des conférences, débats, émissions, cafés scientifiques, participant aux Portes ouvertes et rédigeant des ouvrages de vulgarisation. Les motivations de cet engagement sont toutefois le moins liées à l'image de l'institution. C'est aussi la faculté la plus sollicitée par les médias, avec comme corollaire un manque de temps, voire une surcharge qui transparaissent dans les réponses.

C'est dans la Faculté de théologie et des sciences des religions que l'on enregistre le taux le plus élevé d'activités envers la Cité : en moyenne, chaque enseignant-chercheur a effectué 9.4 activités dirigées vers un public non-spécialiste en 2006-2007, c'est de loin le chiffre le plus élevé ; à l'inverse, seuls 9% de ses membres n'ont fait aucune activité dans la période en question (c'est le deuxième taux le plus bas). De plus, la Théologie attribue le troisième plus haut niveau d'importance à la communication avec un public non-spécialiste (91% de « très ou assez important »).

Parmi les 17 activités de communication dirigées vers un public large proposées, la faculté de Théologie a le taux le plus élevé dans 6 cas ; elle se distingue ainsi dans les conférences publiques (59% des membres de la faculté), la rédaction d'ouvrages de vulgarisation (50%), la participation à des émissions TV ou radio (45%), les interviews dans les quotidiens ou magazines (41%), l'intervention dans des cafés scientifiques (27%) et la participation aux Portes ouvertes de l'UNIL (23%). Par conséquent, dans les 20% des enseignants-chercheurs de l'UNIL les plus actifs¹⁰², on observe une surreprésentation des membres de la Théologie. Cependant, cette faculté se distingue également dans la communication avec les pairs : la plus grande proportion de personnes ayant publié des chapitres de livre (50%) et des livres (32%). Dans cette faculté encore plus nettement que dans les autres, plus on effectue des activités de communication pour les pairs, plus on effectue des activités de communication envers un public non-spécialiste (corrélation positive la plus forte).

En termes de modèle de communication, la Théologie est la faculté qui s'inscrit le plus clairement dans le débat public (60%), ce qui explique sans doute le taux record de participation à des cafés scientifiques et aux Portes ouvertes. En intervenant dans l'espace public, les membres de cette faculté endossent plus le rôle de « spécialiste » que dans les autres facultés (86% ; une minorité se déclarant à la fois spécialiste et généraliste et aucun membre de la faculté se disant « généraliste »).

Les membres de la Théologie ont l'attitude la plus critique face au bilan des bienfaits et des effets nuisibles de la science : 36% sont « plutôt pas ou pas du tout d'accord » avec l'idée que les bienfaits de la science sont plus importants que les effets nuisibles qu'elle peut avoir. Et c'est aussi dans cette faculté que l'on est le moins d'accord avec l'idée d'une autonomie de la science dans la définition de ces problématiques : 68% ne sont « plutôt pas ou pas d'accord » de dire que celle-ci se fait sans l'intervention de la société.

Au chapitre des motivations, « informer les gens » constitue l'intention la plus mentionnée (77%, maximum parmi toutes les facultés). En même temps, dans cette faculté, on veut également fortement conscientiser les gens (55%, deuxième pourcentage le plus élevé), on considère que communiquer fait partie de son travail (32%, deuxième pourcentage) et que c'est une prestation

¹⁰² Rappelons que les enseignants-chercheurs les plus actifs ont été définis au chapitre 5.2 comme les 20% des enseignants-chercheurs les plus actifs responsables de 55% des activités de communication large.

de service à ceux qui nous financent (32%, maximum). A l'opposé, des aspects comme le plaisir et l'envie personnelle, ou encore le renforcement de l'image de l'unité, de la faculté ou de l'UNIL, sont moins cités comme motivations en Théologie que dans toutes les autres facultés. Sans doute en lien avec le nombre d'activités déjà entreprises, l'obstacle le plus cité par les enseignants-chercheurs de Théologie est le temps que ces activités de communication prennent (pourcentage maximal avec SSP). Parmi les obstacles plus marginaux, la Théologie enregistre le deuxième pourcentage le plus élevé pour l'affirmation que cela ne fait pas partie du travail (14%) et pour le fait que la suite de la carrière ne se déroulera pas à l'UNIL (9%), sans doute en lien avec le débouché du pastorat comme aussi la taille limitée de cette faculté et du marché du travail académique dans ce domaine.

Dans cette faculté, on trouve également la plus grande proportion d'enseignants-chercheurs contactant en général les médias à la fin d'une recherche (24%). Ceux-ci accordent plus d'importance comme médiateurs que dans les autres facultés à UNICOM (50% de « très ou plutôt important ») et aux médias et journalistes (68%). La Théologie regroupe le plus de personnes ayant déjà collaboré avec UNICOM (45%) ; cependant, le degré de satisfaction de ceux qui ont collaboré avec ce service est – en relation peut-être avec l'attitude critique et exigeante enregistrée dans cette faculté – le plus faible de toutes les facultés (60%).

De manière cohérente avec ce qui vient d'être dit, ce sont les enseignants-chercheurs en Théologie qui sont le plus sollicités par les médias (en moyenne 5.1 fois par personne; seuls 23% n'ont jamais été sollicités par les médias, c'est le minimum) et qui interviennent le plus (3.6 fois par personne). Enfin, c'est en Théologie que le plus de répondants disent se faire « souvent » contacter directement par les médias (50%) ou par le service spécialisé de la faculté ou de l'unité (14%).

Encadré 17. La Théologie, ou l'Université dans la Cité

La Faculté de théologie et des sciences des religions a une « *grande tradition de communication grand public* », rappelle cet enseignant-chercheur interrogé : « *on est habitué à communiquer, on est des communicateurs* ». D'une manière générale, on estime ici que l'université « *ne doit pas se couper de la société* » ; en tant que théologien, on est « *d'emblée dans la Cité* ». Cette proximité de la société est à la fois dans l'objet et dans la manière de l'aborder : le lien avec le public « *fait partie de l'intelligence même de nos objets* », relève cet enseignant-chercheur. Dans cette faculté, l'engagement envers la société compte : « *ce n'est pas des peanuts* », explique ce jeune enseignant-chercheur interrogé. Un autre interlocuteur se vante d'ailleurs de toujours répondre aux journalistes : « *il n'y a pas de médias trop petits* ». Ici, on n'hésite pas à proposer d'inscrire la communication avec la société dans le cahier des charges, car il « *manque une validation institutionnelle* » de ces efforts. La question de la valorisation de ces efforts auprès des collègues n'est dès lors « *pas un problème en Théologie* ». Mais dans la plus petite des facultés de l'UNIL, communiquer est aussi « *une question de survie* » : ce jeune enseignant-chercheur estime que, notamment à cause du faible nombre d'étudiants, sa faculté est « *dans une situation pas évidente* ».

9. L'avenir de la communication : attentes et mesures

Pour finir, nous avons étudié différents aspects permettant de réfléchir à l'avenir de la communication large à l'Université de Lausanne, comme la réaction des enseignants-chercheurs à l'injonction croissante de communiquer envers un public non-spécialiste et la réception de différentes mesures d'encouragement de la communication large, notamment les politiques facultaires, les moyens financiers alloués, les stages, les prix, etc.

9.1 Les enseignants-chercheurs et l'injonction de communiquer

Les attentes publiques ont globalement augmenté en matière de communication avec un public non-spécialiste, tant au niveau suisse qu'international (cf. 1.2). Le changement est palpable pour les scientifiques : selon Kyvik (2005), 58% du personnel académique stable danois présent depuis 10 ans ressent une augmentation de la pression à cet égard. Une question ouverte facultative de notre enquête visait à cerner le point de vue des enseignants-chercheurs de l'UNIL sur les attentes croissantes adressées à leur encontre : 60% des répondants ont fait usage de cette rubrique¹⁰³.

De manière intéressante, les enseignants-chercheurs adhèrent largement aux attentes en matière de communication large : « *attente justifiée* », « *légitime* », « *très importante* », « *nécessaire* », « *stimulante, enrichissante* », « *cohérente avec la mission de l'université* », lit-on très souvent ; les « *structures officielles* » devraient « *faciliter, voire imposer* » ce genre d'activités, estime notamment cet enseignant-chercheur chevronné en GSE. Les réponses complètement négatives sont rares ; elles concernent soit des points précis déjà relevés dans ce rapport, soit des aspects plus généraux, comme « *cette expectation n'est pas très utile et devrait être abandonnée* », formulée par un jeune enseignant-chercheur en Droit, notamment au vu de la « *complexité croissante des sciences* » notamment humaines ; « *la communication vers le public ne se décrète pas* » estime ainsi cet enseignant-chercheur en SSP. Très largement positives, les réponses se font toutefois dans la majorité des cas sur le mode du « *oui, mais...* ». Le principe d'attentes dans ce domaine ne pose donc en général pas problème, ce sont plutôt les modalités de la communication, voire des attentes elles-mêmes, qui soulèvent des questions¹⁰⁴.

Certains répondants doutent ainsi que ces attentes soient effectives ou profondes. Pour cet interlocuteur en GSE, « *la communication ne fait pas partie de la culture d'entreprise de l'UNIL* ». D'autres estiment que ces attentes sont passagères : « *c'est une mode qu'on ne peut appliquer à tous les domaines* », estime cet enseignant-chercheur en SSP. Un répondant de plus de 60 ans s'étonne : « *on nous a interdit pendant les 20 dernières années de nous adresser aux politiciens et désapprouvé lorsque nous adressions à la presse* », affirme-t-il. D'autres s'interrogent plutôt sur la finalité de ces attentes et de la communication demandée, que ce soit au niveau externe (« *le risque est grand que le 'dialogue' se transforme en une sorte de propagande visant à transformer l'opinion de la population* », estime ce jeune enseignant-chercheur en SSP) mais aussi interne : « *la qualité d'un chercheur ne se mesure pas à l'audimat* », dit un répondant ; « *la légitimité d'une discipline ne devrait pas tenir à sa 'bonne presse'* », rappelle un autre.

Dans le même sens, un certain nombre de répondants s'interrogent sur l'origine de ces attentes – le « on » dans la question : « *il faudrait d'abord savoir qui est ce 'on'* », dit cet enseignant-chercheur chevronné en Lettres. Pour ce jeune enseignant-chercheur en SSP, ces attentes sont « *le plus souvent celles des milieux dominants de notre société* », ce qui pose des questions quant à l'« *indépendance* » des activités scientifiques ; cet enseignant-chercheur de la même faculté relève qu'« *il y a des enjeux d'image là-dedans* ». Un répondant en Lettres estimant que « *c'est la question politique qui motive ces soucis* ». Un autre répondant en SSP estimant qu'« *il ne faut pas*

¹⁰³ Au niveau des statuts, il s'agit un peu plus Chargés de recherche/chercheurs et de Chefs de service, d'unité ou de projets ; en termes facultaires, la Théologie, les Lettres et SSP ont un peu plus répondu, les HEC nettement moins. Nous reprenons ici les réponses données à la question ouverte du questionnaire on-line ainsi que les passages concernant cet aspect dans les entretiens menés dans chacune des facultés.

¹⁰⁴ Les points soulevés par les personnes reprennent souvent des aspects traités dans d'autres chapitres : obstacles, motivations, attentes des médias, statuts universitaires, problème du temps et du rapport avec les autres tâches, compétences requises... Nous n'abordons ici que les éléments qui concernent plus précisément la question des attentes internes à l'université, qui était visée ici.

que cela devienne une activité 'marketing'. Un interlocuteur à la FBM voudrait « éviter que nous devenions des agents publicitaires pour la science ».

D'autres critiquent le flou qui entoure selon eux la concrétisation de ces attentes. « C'est malhonnête de demander : 'informez simplement !' », dit cet enseignant-chercheur en SSP : « ce n'est pas aussi simple, on fait croire aux gens que 'y a qu'à', alors que ce n'est pas vrai ». « Vulgariser par principe, mettre à disposition du public des marchandises sans aspérité est un leurre, une séduction sans avenir », critique cet enseignant-chercheur expérimenté en Lettres.

Au delà des questions des moyens et des compétences, le problème de loin le plus souvent soulevé est celui de la valorisation. La communication large n'est « pas la plus rétribuée, du point de vue symbolique ou concret, lorsqu'on cherche à survivre dans ce milieu souvent impitoyable », rappelle ce jeune enseignant-chercheur en Lettres. « Ça ne rapporte rien », tranche ce répondant dans la même faculté. Ce n'est « absolument pas valorisé dans le monde scientifique » et « une perte de temps par rapport aux publications purement spécialisées », estime cet interlocuteur à la FBM. Ce répondant en SSP critique le fait que ce type de communication « n'est pas validée dans le cahier des charges ». C'est donc moins une éventuelle dévalorisation par les collègues que l'absence de valorisation par la hiérarchie et, plus généralement, dans le champ scientifique, qui est critiquée. Cet interlocuteur à la FBM explique que ce sont « des choses qu'on fait parce qu'on a envie, mais de fait ça enlève du temps de recherche pour l'institution, pour les personnes » ; il critique le fait qu'on ne reçoit « qu'un grand merci » et « c'est tout ». Un collègue de la même faculté regrette que « cette activité n'est absolument pas reconnue par l'université » et pense même que « les efforts accomplis semblent n'intéresser personne à l'UNIL ». Un enseignant-chercheur en GSE va jusqu'à parler de « schizophrénie » : « il faut que les scientifiques communiquent plus », mais « ce n'est absolument pas valorisé » car « les critères que l'on emploie pour trouver des places de travail, c'est le nombre de publications qu'on a fait, au niveau scientifique international, et toutes les publications de vulgarisation, toutes les communications que l'on peut faire ne comptent pour rien » ; et notre interlocuteur de se souvenir que dans sa précédente unité, il était montré en exemple face à des visiteurs extérieurs parce que ses travaux étaient « les plus vendeurs, les plus intéressants », pour voir ensuite son contrat non renouvelé parce qu'il n'avait pas assez de publications au niveau international...

Pour un certain nombre de répondants, la question des attentes pose celle de la responsabilité : communiquer, d'accord, mais qui doit le faire ? « Il faut des intermédiaires spécialisés », estime ce répondant en Droit. « On demande déjà au Prof. d'être un bon chercheur, un bon chef d'équipe, etc., si en plus il doit être un bon communicateur... », estime cet interlocuteur à la FBM. Un répondant en GSE se met à cet égard en porte-à-faux par rapport à la théorie développée par certains auteurs : il estime que « les scientifiques n'ont pas le recul épistémologique nécessaire pour participer à un nouveau contrat science-cité duquel doit naître une nouvelle confiance dans les activités de recherche ». « La logistique interne à l'UNIL n'est pas suffisante pour offrir un support adéquat et incitateur », estime cet enseignant-chercheur chevronné en HEC. Un enseignant-chercheur en SSP souhaiterait que « chacun fasse son travail », à savoir « le service 'com' communiquerait » tandis que « les chercheurs poursuivraient la recherche ». « Si on veut des vulgarisateurs, formons-les », estime ce répondant en Lettres. Un interlocuteur de la même faculté verrait bien « quelques personnes aptes ou habilités à ce genre de communication » dans chaque unité. Ce membre de la FBM explique que leur unité n'a pas hésité à engager un journaliste radio pour « faire l'interface » auprès de la population. Ce répondant chevronné estime qu'il faudrait « créer des structures permanentes d'échange sous diverses formes ». Une telle spécialisation peut toutefois être dangereuse : un répondant de la FBM craint que cette « activité dévoreuse de temps » soit « réservée à des super-communicants 'médiatiques' de plus en plus détachés de l'activité scientifique de base ».

9.2 Mesures d'encouragement possibles

La communication avec un public non-spécialiste est valorisée par les enseignants-chercheurs (cf. 4.1), mais la fréquence des activités entreprises par les principaux intéressés varie (cf. chapitre 5) et les obstacles à la communication large sont nombreux (cf. 6.2). Quelles sont les mesures qui pourraient encourager les enseignants-chercheurs de l'UNIL à communiquer davantage en direction d'un public non-spécialiste ? Le Tableau 12 résume les résultats pour l'ensemble des répondants et par faculté¹⁰⁵.

¹⁰⁵ Cf. aussi TABLEAU XIV en annexe.

Tableau 12. Mesures d'encouragement, total et par faculté (en % de répondants)

	Tous	Theol	Droit	Lettres	SSP	HEC	GSE	FBM
Politique plus active en la matière de la part de ma faculté ou de mon unité	70	64	55	65	69	63	84	75
Allocation de moyens financiers spécifiques	66	64	48	71	67	63	74	65
Politique plus active en la matière de la part de la direction de l'UNIL	63	54	45	60	65	61	70	67
Heures de décharge pour les personnes qui le font	51	54	39	61	52	48	44	50
Prise en compte de cette dimension dans l'évaluation des dossiers de candidats à l'UNIL	49	54	26	47	50	44	38	56
Inscription des tâches de communication dans le cahier des charges	46	45	32	43	51	44	50	48
Cours de formation ou stage spécifiques	45	36	46	36	46	56	42	48
Création d'un onglet «communication envers un public non-spécialiste» dans Unisciences	44	41	32	44	43	35	48	49
Création d'un prix pour un individu ou une unité particulièrement actifs en la matière	38	32	37	32	34	39	38	43
	n=810	n=22	n=65	n=155	n=147	n=54	n=50	n=311

Source : enquête OSPS-UNIL.

Parmi les encouragements proposés, c'est une politique plus active au niveau de la faculté ou de l'unité qui pourrait le plus encourager les enseignants-chercheurs de l'*alma mater* vaudoise à communiquer davantage (70% de « certainement » ou « probablement oui »), et qui devance la variante au niveau de l'UNIL en 3^{ème} position (63%). Autrement dit, une politique plus active en la matière est donc souhaitée en premier lieu au niveau « inférieur » de la faculté, voire de l'unité, puis à celui de la direction de l'université. La 2^{ème} place des souhaits est occupée par l'allocation de moyens spécifiques (66%). Deux mesures recueillent environ la moitié des suffrages : les heures de décharge pour les personnes qui le font (51%) et la prise en compte de la dimension de la communication large dans l'évaluation des dossiers de candidats à l'UNIL (49%). L'inscription de ces tâches dans le cahier des charges (46%), des cours ou stages spécifiques (45%), la création d'un onglet *ad hoc* dans Unisciences¹⁰⁶ (44%) viennent ensuite, la création d'un prix en la matière étant la mesure la moins choisie (38%). A chaque item, une part relativement importante – environ un septième des répondants – a coché les options « ne sait pas » ou « ne s'applique pas à moi »¹⁰⁷. Une analyse factorielle nous a permis de dégager deux dimensions d'encouragements¹⁰⁸, l'une réunit les incitations de type *institutionnel* (politique active de la part de l'université ou de l'unité, cours ou stage, onglet dans Unisciences), l'autre des incitations plus *individuelles* ou qui touchent de plus près les individus (décharge, inscription dans cahiers des charges, évaluation des dossiers, moyens financiers supplémentaires, prix individuel).

Les femmes, dont on a vu qu'elles étaient moins amenées à communiquer envers un public large, ont en général été plus nombreuses à appuyer les différentes mesures : notamment les heures de décharge (58% chez les femmes contre 48% chez les hommes), les cours ou stages (54% contre

¹⁰⁶ Base on-line de dossiers personnels consultable à l'adresse www.unil.ch/unisciences.

¹⁰⁷ Les réponses « ne sait pas » et « ne s'applique pas à moi » n'ont pas été particulièrement choisies par des personnes qui ont indiqué ne pas avoir de relation directe avec un public non-spécialiste, ni non plus par des membres d'une faculté plutôt que d'une autre, ni effectuant un certain type d'activités. Les Assistants/doctorants sont toutefois assez nettement surreprésentés. Vu que ces encouragements peuvent concerner tous les enseignants-chercheurs, nous avons décidé de maintenir ces deux options de réponse dans les analyses, en les fusionnant dans le Tableau XIV en annexe.

¹⁰⁸ Les « ne sait pas » et « ne s'applique pas à moi » ont été exclus de cette analyse, qui nécessite une métrique ordinale.

41%), l'inscription dans le cahier des charges (53% contre 43%), la prise en compte de cette dimension dans l'évaluation des candidats (52% contre 47%) ou la politique active de la part de la faculté ou unité (72% contre 69%).

Il y a des différences nettes selon les statuts. En effet, la majorité des mesures sont le plus appuyées par les statuts inférieurs ou moyens : la seule mesure qui recueille nettement plus de voix parmi les PO/MER que parmi les autres statuts est celle de créer un onglet « communication envers un public non-spécialiste » dans Unisciences, appuyée par la moitié (49%) du corps enseignant supérieur. De plus, une politique active de la faculté ou unité est davantage appuyée par les Chargés de recherche/chercheurs (81%) et les PA/MA (77%) que par les PO/MER (67%), qui misent davantage sur la direction de l'UNIL (avec les PA/MA, ils ont ici le chiffre le plus élevé). De même, l'allocation de moyens financiers spécifiques est souhaitée par 75% des Chargés de recherche/chercheurs, 70% des PA/MA et 68% des Assistants/doctorants (contre 61% des PO/MER) ; un cours ou stage est appuyé par 58% des Chargés de recherche/chercheurs (contre 34% des PO/MER). L'inscription de ces tâches dans le cahier des charges (56% des Chargés de recherche/chercheurs et 51% des Assistants/doctorants, contre 38% des PO/MER) ainsi que des heures de décharge en la matière (61% et 54%, contre 46% chez les PO/MER) font également partie de ces mesures davantage appuyées par les niveaux inférieurs de la hiérarchie académique.

Une politique plus active au niveau de la faculté ou de l'unité est davantage demandée par les membres de la FBM et, surtout, des GSE ; ces mêmes facultés ont également le plus opté pour l'option analogue au niveau de l'UNIL. Les GSE appuient davantage l'allocation de moyens financiers spécifiques ; les heures de décharge ont le plus été choisies par les Lettres. La prise en compte de cette dimension dans l'évaluation des candidats est le plus mentionnée en Théologie et à la FBM. L'inscription de ces tâches dans le cahier des charges a été légèrement plus choisie en SSP et en GSE. Des cours ou stages sont le plus fortement appuyés par les HEC. La création d'un prix est le plus souhaitée à la FBM. C'est également à la FBM, et dans les GSE que la création d'un onglet dans Unisciences trouve le plus de faveurs.

A cet égard, il est intéressant de se demander si les enseignants-chercheurs de l'UNIL valorisent leurs activités de communication large via une rubrique *ad hoc* dans leur CV et dans leurs demandes de fonds¹⁰⁹. Les chiffres sont éclairants : seule une minorité des répondants (16%) a une telle rubrique dans son CV. Un croisement révèle que les personnes qui appuient la création d'un onglet « communication large » dans Unisciences ne sont qu'à peine plus nombreuses à avoir une telle rubrique dans leur CV (19%). Les PA/MA et dans une moindre mesure PO/MER sont un peu plus nombreux à avoir une telle rubrique dans leur CV, mais il s'agit toujours d'une minorité (29%, resp. 23%). Le résultat des PA/MA signale peut-être une nouvelle culture de la communication, ou plus simplement une situation professionnelle moins stable, propice à la mise en avant d'activités même dans des secteurs moins reconnus. Ils ne sont que 7% parmi les Chargés de recherche/chercheurs à avoir une telle rubrique dans leur CV. La Théologie recense le plus de personnes ayant une rubrique *ad hoc* dans leur curriculum (40%), suivie – de loin – des SSP (26%), Lettres (21%) et GSE (19%). Par ailleurs, un petit cinquième des enseignants-chercheurs (18%) font figurer une telle rubrique dans leurs demandes de fonds. C'est nettement plus le cas – toujours à un taux très bas d'environ un quart des répondants – en SSP, HEC et Lettres.

9.3 Stage, compétences

Les études étrangères montrent des niveaux élevés de compétences déclarées et des niveaux moyens de participation à des stages. A titre d'exemple, des scientifiques ayant participé à une activité PUS dans un centre commercial estiment qu'ils n'ont pas besoin de compétences supplémentaires pour communiquer avec le public, car l'événement lui-même les a formés (Pearson, Pringle et Thomas, 1997 : 279). L'enquête du Wellcome Trust (2001 : 4) montre que les trois quarts des scientifiques en biomédecine interrogés se sentent compétents pour communiquer avec la population, mais que seulement un cinquième se sent très bien équipé, la grande majorité n'ayant pas reçu de formation pour communiquer avec les médias ou avec un public large.

¹⁰⁹ Cf. TABLEAU XV en annexe. Les personnes qui ont répondu « ne s'applique pas à moi » – pour les trois quarts des Assistants/doctorants et un peu plus les personnes actives dans l'enseignement – ont été exclues des analyses (il s'agit respectivement de 5% (CV) et 21% (demandes de fonds) de la population totale).

Notre enquête montre que 9 enseignants-chercheurs de l'UNIL sur 10 n'ont jamais fréquenté de stage pour apprendre à communiquer avec le public non-spécialiste et/ou les médias; seuls 7% en ont fréquenté un et 3% plusieurs¹¹⁰. Parmi ceux qui ont suivi un stage, il s'agit très nettement plus de membres de la FBM (les deux tiers de ces personnes), de PO/MER (presque la moitié) et d'hommes (8 sur 10). Le fait de travailler dans la recherche plutôt que dans l'enseignement n'est pas discriminant ; par contre, les cliniciens sont surreprésentés et les personnes travaillant dans la recherche appliquée et les mandats également. Les enseignants-chercheurs les plus actifs en matière de communication large ont plus souvent suivi des cours: 21% des assidus¹¹¹ ont suivi au moins un stage, contre environ 10% des autres groupes, voire 2% chez les personnes qui n'ont eu aucune activité large pendant l'année 2006-2007.

Si un tel stage devait être organisé, 11% des enquêtés seraient sûrs d'y participer, un tiers y participerait « probablement » – ce qui donne un total de participants potentiels de 44%. Il s'agit là un peu plus de membres de HEC (59%) et de la FBM (51%), ainsi que de Chargés de cours/PD (55%), de Chefs de service, d'unité ou de projets (52%), voire d'Assistants/doctorants (48%)¹¹². Les personnes actives dans la recherche (notamment appliquée) seraient également davantage prêtes à suivre un tel cours. Cependant, un quart des répondants (26%) n'y participeraient « probablement pas », et 8% « certainement pas » : sont ici surreprésentés la faculté des Lettres, les PO/MER, dont on a vu qu'ils sont surreprésentés parmi les personnes qui ont déjà fréquenté un tel stage, enfin les individus actifs dans la recherche et dans l'enseignement. Finalement, chez les personnes qui avaient indiqué qu'un cours de formation ou un stage pourrait les inciter à communiquer davantage, le taux d'individus prêts à y participer s'élève à 67%.

Encadré 18. Compétences : vulgariser le savoir, savoir vulgariser

La nécessité de pouvoir expliquer son travail à un public large est souvent réaffirmée dans les entretiens. Ce jeune enseignant-chercheur en HEC estime qu'« une bonne recherche est une recherche qu'on peut expliquer à un profane, à sa grand-mère ». Cet enseignant-chercheur chevronné en Théologie dénonce les « Fachidioten » qui ne peuvent pas rendre compte de ce qu'ils font « au voisin du coin » et parle de « certains dysfonctionnements à l'UNIL », à savoir les personnes qui estiment que l'on s'abaisse ou qui disent qu'« ils [le public large] ne peuvent pas comprendre, je perds mon temps, je suis payé pour faire de la recherche ». Cet interlocuteur à la FBM estime que les deux vont de pair : « les bons chercheurs sont les plus enthousiastes » à communiquer.

Il y a notamment une différence de langage : « les scientifiques ont beaucoup de mal à simplifier les choses pour que la société les comprenne », dit ce jeune enseignant-chercheur en GSE. « J'essaie d'être compréhensible et pas trop verbeux », dit ce MER en Lettres, en critiquant le « caractère pointu et parfois un peu aride » de certains textes scientifiques. Ce jeune enseignant-chercheur en SSP estime que le savoir produit dans sa faculté serait « facilement vulgarisable » mais qu'il est trop souvent « crypté ». Cet interlocuteur en Théologie relève ce paradoxe : « le grand public lit des ouvrages qui ne sont pas scientifiques, qui ne sont pas lus par les universitaires », comme à l'inverse les chercheurs lisent des publications inconnues du grand public. Il faut donc savoir simplifier ; en même temps, trop simple n'est pas scientifique : « pour beaucoup de gens, si c'est trop simple, c'est pas intéressant, c'est pas de niveau universitaire », dit cet interlocuteur en GSE. A la FBM, on a observé une sorte de loi, qui vaut sans doute, *mutatis mutandis*, pour les autres domaines : « plus c'est médical, plus ça intéresse le public », et « plus c'est fondamental, moins ça l'intéresse ». D'où l'importance de savoir communiquer : « l'obstacle principal est le sentiment d'incompétence », dit cet interlocuteur en SSP.

9.4 Les agences de moyens doivent-elles encourager la communication ?

A la question de savoir si des agences comme le FNS devraient davantage reconnaître ou encourager les activités de communication large effectuées ou prévues dans des projets de recherche qu'elles financent, les trois quarts des enseignants-chercheurs de l'UNIL répondent

¹¹⁰ Cf. TABLEAU XVI en annexe.

¹¹¹ Rappelons que nous avons défini au point 5.2 les assidus comme les 20% les plus actifs en communication large ayant effectué plus de la moitié (55%) de l'ensemble des activités.

¹¹² Nous avons vu à la question des obstacles au point 6.2 que les Assistants/doctorants ont, avec les Chefs de service, le plus l'impression de ne pas avoir les compétences pour communiquer avec un public large.

par l'affirmative¹¹³. Un petit tiers (30%) estime même que les agences de moyens devraient « tout à fait » le faire¹¹⁴. Seuls 17% sont « plutôt » ou « tout à fait » contre.

Les femmes (77%) sont davantage pour la prise en compte de cette dimension par les agences de moyen que les hommes (72%). Parmi les statuts, ce sont les Chefs de service, d'unité ou de projets (85%) et les Chargés de cours/PD (80%) qui se disent le plus pour. Les personnes actives dans la recherche (ou à égalité dans la recherche et l'enseignement) et celles qui travaillent dans la recherche appliquée sont davantage favorables à une telle politique. C'est en HEC et à la FBM (plus de 80%) qu'on est le plus favorable à cette idée, alors qu'en Lettres (63%) et notamment en Droit (55%), on est un peu moins – mais toujours majoritairement – enthousiaste.

Sans grande surprise, on constate que les enseignants-chercheurs les plus assidus en matière de communication large sont les plus favorables à une telle mesure. Chez les répondants peu assidus, on trouve deux fois plus de « sans avis » sur cette question. Logiquement, les enseignants-chercheurs qui ont une vision plutôt autonome de la science sont plus opposés à une telle mesure que leurs collègues. A l'inverse, les répondants qui peuvent faire un lien entre leurs recherches et les préoccupations de tous les jours des gens sont davantage d'accord avec une telle mesure, comme aussi ceux qui estiment qu'un scientifique a le devoir moral de communiquer les implications de ses recherches.

Encadré 19. Agences de moyens et communication large

Si les réponses issues de l'enquête quantitative on-line sont univoques quant au soutien des enseignants-chercheurs à une plus grande prise en compte de la dimension de la communication par les agences de moyen, les entretiens ont permis de dégager des espoirs, mais aussi des craintes en la matière. Ce professeur en Droit répond tout de suite par l'affirmative et estime que ce devrait être une « obligation » notamment pour des projets avec des thèmes d'intérêt général : « ce serait une bonne chose ». De même, ce jeune enseignant-chercheur en HEC estime lui aussi qu'un « résumé grand public » par exemple – comme il est de fait déjà demandé par le FNS – serait bien, car c'est « l'argent du contribuable ».

Des mises en garde ont également été exprimées. Ainsi, un enseignant-chercheur en Lettres tient à rappeler que ce n'est « pas [la] vocation [du FNS] de favoriser les aspects médiatiques et non scientifiques ». Cet interlocuteur a estimé que ce travail de communication est celui des « éditeurs, médias, etc. ».

Changer les critères d'encouragement au niveau des agences de moyen peut influencer les comportements sur le terrain : une étude pilote menée récemment à l'Université de Cornell, Etats-Unis, sur 350 chercheurs actifs dans les sciences de la vie (Sturzenegger-Varvayanis et al., 2008) suggère un « *potential culture change* » chez les chercheurs en matière de communication large depuis que le NSF a inclus, il y a une dizaine d'années, le « *broader impact on society* » dans l'évaluation des projets (cf. 1.2).

9.5 Activités souhaitées et disponibilité

Une question visait enfin à évaluer la disponibilité des enseignants-chercheurs à entreprendre une activité de communication dirigée vers un public large. Une petite dizaine d'activités étaient proposées aux répondants¹¹⁵.

Plus de neuf enseignants-chercheurs de l'UNIL sur dix (91%) seraient prêts – dont la moitié même « tout à fait » prêts – à écrire un article dans un magazine scientifique grand public. 87% seraient disposés (et 50% le seraient même « tout à fait », c'est le plus haut score sur le total des répondants) à donner une conférence ou un cours public. 85% des répondants se disent prêts à communiquer leurs résultats à un journaliste. Un peu plus de 8 répondants sur 10 participeraient à un événement d'information à l'extérieur de l'UNIL. Deux tiers des individus se disent prêts à participer à une émission radio ou TV. A peu près le même taux se dit disposé à

¹¹³ A noter que le FNS demande déjà actuellement à chaque projet financé la livraison d'un résumé diffusable largement.

¹¹⁴ Cf. TABLEAU XVII en annexe.

¹¹⁵ Cf. TABLEAU XVIII en annexe.

intervenir dans un café scientifique (mais la part de « tout à fait » est ici un peu moindre, seulement un quart des répondants).

Les activités qui demandent un peu plus qu'un engagement ponctuel recueillent logiquement moins de suffrages : 49% des répondants (mais seulement 15% « tout à fait ») seraient disposés à organiser une activité pour les jeunes, 49% se disent disponibles pour participer activement aux prochaines *Portes ouvertes de l'UNIL* (mais seulement 13% ont répondu « tout à fait »), et 48% pour la prochaine édition du *Festival Science et Cité* (seulement 12% sont « tout à fait » disponibles et 38% ne sont pas disposés à le faire).

L'analyse par sexe montre des disponibilités spécifiques. S'il n'y a pas de différence hommes-femmes pour la rédaction d'un article grand public, les hommes sont plus prêts à communiquer leurs résultats à des journalistes, à participer à un événement d'information, à intervenir dans un café scientifique, à donner une conférence publique ou à participer à une émission radio ou TV. Les femmes, par contre, sont plus disposées à organiser une activité pour les jeunes ou à contribuer aux prochaines *Portes ouvertes* ou à participer au prochain *Festival Science et Cité*.

Les différences de disponibilité selon le statut sont là encore notables (Tableau 13).

Tableau 13. Disponibilité pour des activités de communication dirigées vers un public non-spécialiste, total et par statut (en % de répondants)

	Tous	PO, MER	Ch. cours, PD	PA, MA	Ass, doct	Chef serv., proj.	Ch. rech., cherch.
Ecrire un article dans un magazine scientifique grand public	91	89	97	91	92	97	89
Donner une conférence publique, un cours public	87	90	88	96	83	88	84
Communiquer les résultats de l'une de vos recherches actuelles à un journaliste	85	93	90	89	79	94	81
Participer à un événement d'information scientifique à l'extérieur de l'UNIL	83	84	82	82	82	91	79
Participer à une émission radio ou TV	67	79	80	70	58	76	58
Intervenir dans un café scientifique	67	70	75	68	65	67	63
Organiser à l'UNIL une activité pour les jeunes (p.ex. Passeport vacances)	50	45	48	36	54	55	46
Participer activement aux prochaines Portes ouvertes de l'UNIL	49	52	48	36	48	52	49
Participer activement au prochain Festival Science et Cité	48	48	38	45	48	48	54
	n=810	n=244	n=60	n=56	n=351	n=33	n=57

Source : enquête OSPS-UNIL.

Les Chefs de service/projet et les Assistants/doctorants sont les plus disposés à organiser une activité pour les jeunes. Les Chargés de recherche/chercheurs sont les plus disposés à participer au prochain *Festival Science et Cité*. Les Chargés de cours sont les plus disposés à écrire un article grand public (rejoints par les Chefs de service) ou à intervenir dans un café scientifique ou intervenir dans une émission (suivi de près par les PO/MER). Les PA/MA sont le plus disposés à donner une conférence publique. Les Chefs de service et les PO/MER sont les plus prêts à communiquer des résultats à des journalistes ou à participer aux prochaines Portes ouvertes.

En termes de facultés, rédiger un article dans un magazine scientifique grand public a davantage été choisi par les SSP (96% se disent prêts à le faire), les GSE (94%) et les Lettres (93%) ; cette dernière faculté a également le plus indiqué vouloir donner une conférence publique (95%). Presque toutes les facultés sont prêtes à communiquer leurs résultats à un journaliste, comme aussi à participer à un événement d'information à l'extérieur de l'UNIL (un peu moins le Droit dans les deux cas). Ce sont les Lettres (73%), GSE (72%) et HEC (71%) qui se disent les plus prêts à intervenir à la TV ou à la radio, suivies toutefois de près par la plupart des autres facultés. Intervenir dans un café scientifique est le plus le fait des membres des SSP (75%). Organiser une activité pour les jeunes a le plus été choisi par les GSE (64%) suivies de la FBM

(56%), participer activement aux Portes ouvertes de l'UNIL par la FBM (62%) suivie à nouveau des GSE (52%), participer au prochain Festival Science et Cité par les GSE et la FBM (56-55%). Le dernier tableau en annexe contient l'ensemble des chiffres par facultés.

Les données récoltées permettent également d'évaluer le potentiel d'enseignants-chercheurs de l'UNIL pour différentes activités de communication (Tableau 14). Nous définissons le potentiel pour une activité comme la part des enseignants-chercheurs n'ayant pas effectué cette activité dans la période indiquée qui se disent « tout à fait » ou « plutôt » prêts à le faire.

Tableau 14. Potentiel à l'UNIL pour les activités de communication dirigées vers un public non-spécialiste (en %)

Sur 100 personnes qui n'ont pas effectué l'activité en question en 2006-2007, quelle part serait disposée à le faire :...

Ecrire un article dans un magazine scientifique grand public	88	n=489
Participer à un événement d'information scientifique à l'extérieur de l'UNIL	81	n=536
Donner une conférence publique, un cours public	79	n=433
Communiquer les résultats de l'une de vos recherches actuelles à un journaliste*	78	n=509
Intervenir dans un café scientifique	63	n=693
Participer à une émission radio ou TV	56	n=544
Organiser à l'UNIL une activité pour les jeunes (p.ex. Passeport vacances)	48	n=777
Participer activement aux prochaines Portes ouvertes de l'UNIL	42	n=683

**Croisé avec : interview dans quotidien ou magazine grand public
n : nombre de personnes qui n'avaient pas fait l'activité concernée en 2006-2007.*

Source : enquête OSPS-UNIL.

On constate pour la plupart des activités que les personnes qui n'en avaient pas effectué en 2006-2007 se disent en principe majoritairement disposées à le faire. C'est notamment le cas de la rédaction d'un article dans un magazine scientifique grand public (88% des personnes qui ne l'avaient pas fait se verraient le faire), de la participation à un événement d'information scientifique à l'extérieur de l'UNIL (81%), de conférences ou cours publics (79%) ou encore du fait de communiquer ses résultats à des journalistes (78%). Les deux tiers (63%) des personnes qui ne sont pas intervenues dans un café scientifique seraient prêtes à le faire, idem 56% de celles qui n'ont pas participé à une émission radio ou TV. Les chiffres concernant l'organisation d'un Passeport vacances à l'UNIL (48%) ou la participation aux prochaines portes ouvertes (42%) montrent que, même pour ces activités plus coûteuses en temps, il y a un réservoir de personnes prêtes à s'engager parmi les enseignants-chercheurs de l'UNIL.

Encadré 20. Quel est le « bon » format de communication ?

Les entretiens menés dans les différentes facultés ont également abordé la question du « bon » format de communication avec un public non-spécialiste. Sans surprise, les réponses indiquent plusieurs directions possibles. Pour cet interlocuteur en Lettres, c'est « un article de fond qui peut être lu, relu », rédigé sur la base d'un « face-à-face » avec le journaliste qui « enregistre, pas qui prend des notes ». Ce jeune enseignant-chercheur en GSE dit aimer les cafés scientifiques : parler 5 minutes pour une heure ou plus de débat est « plus intéressant que de faire 45 minutes et après il y a quatre questions », car « c'est vraiment une discussion avec le public ». Ce jeune interlocuteur en Sciences criminelles pense à « quelque chose de visuel » car dans son domaine il y a beaucoup à montrer. Cet enseignant en GSE pense surtout qu'il faut « avoir une dynamique, des fonds, créer des panneaux, des clips vidéo », avec d'autre part une « stratégie à long terme », notamment en s'affiliant à une agence de presse et en tenant à jour son site Internet qui serait

« une référence pour les journalistes et le grand public ». Cet enseignant-chercheur à la FBM relève que « le bon format dépend du but », mais note tout de même que, « en tête-à-tête, les gens ont moins peur » ; il pense qu'il faut développer la communication à « plusieurs niveaux ». Cet interlocuteur chevronné en Théologie estime que « tous les moyens sont bons » pour communiquer.

Enfin, dans l'optique de la mise en place de mesures pour augmenter l'engagement des enseignants-chercheurs de l'UNIL dans la Cité, nous avons cherché à dégager les variables explicatives du niveau d'intention d'engagement¹¹⁶. Selon la littérature, le niveau d'intention d'engagement peut dépendre du niveau d'engagement passé, du potentiel de communication de ses recherches, de l'importance accordée à la communication large, d'attitudes envers la science, de normes perçues subjectivement (telles que la valorisation/dévalorisation de ce type d'activités par les pairs), du niveau d'efficacité (assez de temps, de compétences, etc.), de la reconnaissance de l'engagement (au niveau de l'institution, de la carrière, etc.) et, finalement, d'aspects personnels inclus dans les questions sur les motivations et les obstacles (Poliakoff et Webb, 2007).

De cette analyse de régression¹¹⁷ ressortent dix variables significatives pour expliquer l'intention d'engagement envers la Cité :

- le nombre de communications faites dans les 12 derniers mois (plus il est élevé, plus on a l'intention de s'engager) ;
- le potentiel de communication de ses recherches, c'est-à-dire le fait de pouvoir faire un lien entre ses recherches et les préoccupations de tous les jours des gens (plus on peut le faire, plus on a l'intention de s'engager) ;
- l'importance accordée à cette communication (plus elle est grande, plus on a l'intention de s'engager) ;
- deux attitudes envers la science :
 - l'idée que les scientifiques ont un devoir moral de communiquer les implications sociales et éthiques de leurs recherches (plus on y adhère, plus on a l'intention de s'engager) ;
 - le fait d'apprécier des événements scientifiques conçus sur un mode ludique (plus on apprécie, plus on a l'intention de s'engager) ;
- le niveau d'efficacité : le temps (plus on relève l'obstacle du manque de temps, moins on a l'intention de s'engager) ;
- la reconnaissance : l'utilité pour la carrière (plus on relève l'obstacle du manque d'utilité pour la carrière, moins on a l'intention de s'engager) ;
- des aspects plus personnels :
 - le plaisir (plus on est motivé par le plaisir, plus on a l'intention de s'engager) ;
 - l'envie de contribuer au débat public (plus on est motivé par l'envie de débattre, plus on a l'intention de s'engager) ;
 - le fait de ne pas chercher la lumière des projecteurs (plus on relève cet obstacle, moins on a l'intention de s'engager).

Ni le fait que la communauté universitaire approuve ou désapprouve de s'engager envers la Cité, ni les compétences en la matière ne ressortent comme pertinents de l'analyse statistique. Le fait que ces dix variables explicatives englobent beaucoup d'éléments individuels et/ou personnels – notamment liés aux attitudes ainsi qu'à des motivations ou obstacles plus subjectifs – s'explique assez bien par la nature traditionnellement solitaire du travail académique. Cette analyse

¹¹⁶ Nous avons additionné les intentions sur les neuf activités proposées : pour chaque activité, un score de 4 si la réponse était « oui, tout à fait », 3 « plutôt oui », 2 « plutôt non » et 1 « non, pas du tout ». La réponse « ne sait pas » a été définie comme manquante. Le score final varie donc de 9 à 36 (une valeur élevée signifie ainsi une forte intention d'engagement).

¹¹⁷ Il s'agit précisément d'une régression linéaire multiple avec une procédure itérative (*stepwise*), qui a abouti à un modèle optimal expliquant 35% de la variance.

suggère qu'il n'est pas chose aisée de changer l'inclination et la disposition des enseignants-chercheurs dans le sens de plus de communication dirigée envers un public non-spécialiste.

10. Pour des scientifiques dans la Cité

L'époque où l'Université pouvait se retrancher dans ce qu'il était convenu d'appeler sa « tour d'ivoire » et considérer la communication dirigée vers un public non-spécialiste comme une activité auxiliaire est révolue. Les scientifiques se doivent et s'efforcent désormais de sortir de l'Académie, de valoriser leurs travaux auprès d'un public large, d'interagir avec la population, en un mot, de « dialoguer » avec la société. Cette étude se situe donc dans le contexte d'enseignants-chercheurs de plus en plus conscients des implications sociales de leur travail et, partant, des attentes croissantes qui leurs sont adressées en la matière. Prenant pour objet l'engagement des enseignants-chercheurs de l'UNIL, cette étude endosse, on l'a signalé, un rôle précurseur en Suisse, mais qui, à ce stade, ne permet pas (encore) la comparaison avec d'autres universités helvétiques afin de cerner ce qui renvoie à des caractéristiques partagées et ce qui relève de spécificités du cas vaudois. A ce jour, l'UNIL est connue pour avoir une politique particulièrement active en matière d'activités science-société¹¹⁸.

Dans le contexte de l'évolution internationale de la relation science-société, le cas helvétique apparaît comme particulièrement intéressant à étudier. A travers la démocratie directe, les objets scientifiques y sont régulièrement soumis au peuple dans le cadre de votations populaires. La question de la relation science-société et notamment de la communication des scientifiques vers un public non-spécialiste y prend donc une tournure et une importance particulières. A la dimension d'*accountability*, souvent réduite à des enjeux financiers, relevée par les scientifiques, s'ajoute ici celle plus citoyenne d'une co-responsabilité de certains choix scientifiques se faisant sur une base démocratique. Cette dimension supplémentaire de la relation science-société donne un relief particulier aux résultats présentés ici.

Cette recherche doit être mise en perspective avec les études sur les publics de la science ou sur les attitudes du public envers la science, telles que celles menées par l'Observatoire Science, Politique et Société de l'UNIL (Crettaz von Roten, 2006 ; Moeschler, Crettaz von Roten, Leresche, 2006). Il apparaît nécessaire de procéder à des transferts de connaissance de l'un à l'autre pôle. Notre enquête a notamment révélé une certaine méconnaissance de la part des scientifiques quant au profil et, surtout, aux attentes du ou des public(s) auxquels ils s'adressent ou pourraient s'adresser. Cette lacune peut ainsi amener à des blocages et à des inquiétudes quant aux contenus à divulguer et, plus encore, au « langage » à utiliser. Plus généralement, des malentendus peuvent s'instaurer entre l'image et la conception du rôle que les scientifiques estiment que le public a à leur égard et l'image que le public a réellement. Les gens estiment-ils que le scientifique est payé pour mener ses recherches, ou attendent-ils de celui-ci qu'il participe, par exemple, à une manifestation scientifique ludique? Une vision globale des résultats de recherches sur les scientifiques et sur la population ouvre la voie à des comparaisons et à des transferts fertiles de savoirs et de savoir-faire.

Dans ce chapitre conclusif, il ne s'agit pas de rappeler les principaux résultats (voir le résumé de l'étude au début de ce rapport), mais d'approfondir la réflexion à l'aide d'analyses transversales selon le statut, le sexe et, surtout, les facultés, ces « cultures disciplinaires » dont le rôle central a été éclairé tout au long de ce travail. Cette réflexion sur les enjeux de la relation science-société est ensuite poursuivie sur la base de l'énumération d'un certain nombre de paradoxes de la communication large, qui se présente à la fois comme une nécessité et une opportunité pour l'Université. Enfin, si elle veut dresser un état de la situation, cette étude vise aussi à promouvoir le dialogue science-société : dans ce sens, nous proposons quelques recommandations à la fin de ce rapport.

10.1 Analyse transversale : statut, sexe, culture disciplinaire

Trois dimensions se sont révélées importantes à la lecture des résultats: le poids du statut des enseignants-chercheurs et, plus généralement, de leur profil professionnel, le rôle du sexe des

¹¹⁸ Cf. par exemple le succès des Mystères de l'UNIL qui attirent, depuis leur création en 2006, un public de plus en plus nombreux (6'000 personnes en 2007, 10'000 en 2008). « Les Unis courtisent quidams et familles », titrait *Le Temps* à cette occasion (30 mai 2008), un autre journal romand se félicitant que « Les scientifiques apprennent à se montrer au grand public » (*24Heures*, 2 juin 2008).

personnes, enfin la question des cultures disciplinaires et de leurs effets sur la communication dirigée vers un public non-spécialiste.

L'enquête a tout d'abord révélé de *fortes variations dans l'engagement selon le statut* des enseignants-chercheurs. Des différences se constatent dans les effets structurants de l'engagement : l'importance accordée à la communication avec un public large (plus on est stabilisé, plus on accorde de la valeur à cet aspect), le modèle de relation science-société sous-jacent et le rôle dans l'espace public (ici, on constate une relation non-linéaire selon le niveau de stabilisation), et les attitudes envers la science (les PO/MER ont la vision la plus optimiste de la science, la conçoivent davantage comme autonome et estiment également davantage qu'il faut communiquer les implications éthiques et morales de leur travail).

Le volume des activités de communication large ensuite montre des différences frappantes entre statuts : les PO/MER sont apparus en première ligne dans la plupart de ces activités (et donc globalement). Ces différentes activités découlent de motivations davantage centrées sur le débat public ou la volonté de drainer des étudiants chez le corps intermédiaire, plus fortement sur des enjeux d'image institutionnelle chez les PO/MER. Ces derniers estiment d'ailleurs plus souvent, avec les Chargés de cours/PD, qu'il n'y a pas d'obstacle à communiquer avec un public large.

Nos analyses montrent que les différences de niveau d'engagement sont certainement pour une part choisies, mais aussi « subies » par les membres des différents statuts. En effet, la sollicitation des journalistes suit le phénomène classique du *Matthew effect* (Merton, 1968), qui consiste à donner plus de crédit à un scientifique éminent qu'à un chercheur inconnu même si leur travail est équivalent, plus le statut de l'enseignant-chercheur est élevé, plus il sera sollicité par les médias. Cependant, il peut également s'agir d'un phénomène d'autocensure de la part de parties importantes des enseignants-chercheurs, notamment des Assistants/doctorants, qui ne se sentent pas légitimés à intervenir dans l'espace public et qui ont nettement plus souvent choisi l'option « ne s'applique pas à moi » proposée dans différentes questions de l'enquête. Au final, il est apparu qu'aux statuts souvent sollicités et qui peuvent davantage choisir tout en bénéficiant d'une bonne présence médiatique (notamment les PO/MER), s'opposent d'autres groupes qui, moins sollicités, acceptent proportionnellement plus souvent, mais pour une présence médiatique globalement moindre (notamment les Assistants/doctorants et les Chargés de recherche/chercheurs).

Le statut intègre des éléments relatifs au type d'activité scientifique poursuivie par les enseignants-chercheurs, qui influent également sur le niveau d'engagement. Les répondants actifs dans la recherche plutôt que dans l'enseignement (ou dans les deux domaines), de même que ceux qui travaillent dans la recherche appliquée plutôt que fondamentale, valorisent plus la communication large. Les individus travaillant sur des mandats ont plus souvent inscrits leur engagement public dans l'idée d'une construction des savoirs avec le public large, se voient plus souvent comme des spécialistes et se sont nettement plus engagés dans la communication large que leurs collègues qui œuvrent dans la recherche fondamentale. A n'en pas douter, le fait de travailler dans la recherche appliquée implique une présence plus grande dans l'espace public, parce que les objets de recherche sont plus directement liés à une demande de la part d'acteurs extérieurs à l'université, mais peut-être aussi pour trouver de nouveaux contrats de recherche.

La *variable sexe est apparue comme un facteur complexe*. Si les femmes valorisent à peine plus que les hommes la communication dirigée vers un public non-spécialiste et si les hommes ont une vision un peu plus optimiste et plus « autonomiste » de la science, les hommes ont un niveau global d'engagement plus important et une part d'actifs plus élevée pour toutes les activités. Les motivations à communiquer avec un public large se sont également avérées différentes selon le sexe : les femmes veulent un peu plus contribuer au débat public ou conscientiser les gens, ainsi que drainer des étudiants (mais aussi des fonds de recherche) ; elles pensent un peu plus souvent que communiquer à un public large constitue un atout pour leur carrière académique.

Cependant, une partie des différences observées s'explique par les différences de statut : les femmes sont bien moins représentées parmi les hauts statuts universitaires, plus actifs en matière de communication large, on vient de le voir, et sont surreprésentées au bas de l'échelle, moins visible. Au *Matthew effect* s'ajoute certainement le *Matilda effect*, à savoir la sous-évaluation, l'ignorance du travail scientifique féminin (Rossiter, 1993) : à titre d'exemple, la part d'individus jamais sollicités par les journalistes en 2006-2007 est plus élevée chez les femmes que chez les hommes. Ces effets ayant été mis en évidence pour la communication scientifique avec les pairs, nous constatons sans surprise une moyenne plus élevée pour les hommes, ainsi qu'un lien entre communication large et pour les pairs plus fort chez ces derniers.

L'analyse des médiateurs a en outre montré que, si les femmes sont globalement moins actives dans la communication large, elles accordent plus d'importance à chacun des médiateurs

internes proposés, ce qui indique qu'elles valorisent davantage la notion même de médiateur. Le fait que les femmes ont plus souvent relevé ne pas avoir les compétences pour communiquer et qu'elles sont plus nombreuses à souhaiter participer à un stage, suggère une confiance moins grande des femmes en leurs compétences en matière de communication science-société que les hommes.

Enfin, nos analyses établissent l'*effet déterminant des cultures disciplinaires* dans la communication des enseignants-chercheurs dirigée vers un public non-spécialiste. La « culture disciplinaire » a été définie par les spécialistes comme l'ensemble des attitudes, standards et schèmes de comportements communs aux membres d'une même discipline et qui caractérisent leurs représentations et leurs pratiques, parfois même au delà du seul travail scientifique (cf. 2.7). Dans son ouvrage devenu célèbre mais souvent critiqué par la suite, Snow (1965) avait, de manière schématique, défini l'existence de « *two cultures* », les sciences « dures » et les « molles ». Les sept « portraits » de faculté dégagés dans le cadre de notre étude montrent une image plus diversifiée de l'engagement public des enseignants-chercheurs des différents domaines de recherche. Le volume d'activités, les publics-cible, les médiateurs prioritaires, les motivations et les obstacles sont liés à la culture spécifique de chacune des facultés de l'UNIL.

On a ainsi vu, tour à tour, la « culture de la communication » de la FBM, intimement liée tant à la mission de cette faculté qu'à la volonté de drainer des fonds de recherche ; le volontarisme de la Théologie, lié tant au regain d'intérêt pour le fait religieux dans la société actuelle et à la tradition pastorale de cette faculté qu'à sa petite taille et aux difficultés qui peuvent en découler ; la posture critique voire méfiante des SSP envers la communication large, couplée avec un certain idéalisme quant au rôle de la science dans la société et à ses vertus émancipatrices ; l'engagement poussé des Lettres, en particulier auprès des jeunes, qui va de pair ici avec une vision « autonomiste » de la science ; ou encore les GSE, qui mettent à jour une stratégie à la fois dynamique et sélective d'engagement public. Les données, notamment les entretiens, suggèrent également des contraintes spécifiques à chaque domaine ainsi qu'aux objets étudiés, comme la confidentialité en Droit ou, à un autre niveau, la forte proportion d'enseignants-chercheurs non francophones en HEC, qui peuvent limiter certaines des activités de communication large. En définitive, c'est un paysage diversifié d'engagements publics au pluriel qui s'est dégagé des résultats de l'étude, aux contours disciplinaires marqués et, bien souvent, complémentaires.

10.2 Les paradoxes de la communication large

Au travers des résultats de cette étude sont également apparus un certain nombre de paradoxes qui marquent la communication des enseignants-chercheurs dirigée vers un public non-spécialiste. Nous en avons recensé pas moins de cinq :

Communiquer avec un large public est jugé très important, mais cela ne donne pas lieu à un volume d'activités en conséquence. Près de neuf enseignants-chercheurs sur 10 sont prompts à affirmer l'importance qu'il y a à communiquer avec un public non-spécialiste et leurs attitudes renvoient à une vision très « sociétale » de la science. Cependant, la moyenne d'activités par individu montre qu'il s'agit d'environ 8 activités sur l'année ; de plus, une minorité des personnes (20%) fournit le gros de ces activités (55%). La communication large, dont on clame haut et fort l'importance, est bien moins suivie dans les faits que ne le laisseraient attendre les représentations des enseignants-chercheurs.

On communique volontiers avec un public non-spécialiste, alors même que les obstacles sont nombreux et diffus. Seuls 12% des enseignants-chercheurs n'ont aucune activité de communication large en 2006-2007, un taux plutôt bas en comparaison internationale. Cependant, les répondants évoquent un certain nombre d'obstacles, notamment le temps que prend ce type d'activités, l'absence de valorisation, la crainte que le public ne s'y intéresse pas ou d'une mauvaise utilisation des résultats par les médias. Devant l'hétérogénéité des réponses, il est difficile de dégager un nombre restreint de problèmes à résoudre pour améliorer la communication large. Malgré tous les obstacles et problèmes relevés par les répondants, une partie d'entre eux trouve un intérêt et des motivations à communiquer, principalement dans celles qui ont directement trait à la relation science-société – comme informer, contribuer au débat public et conscientiser – mais aussi le renforcement de l'image de leur faculté.

Plus on communique pour les pairs, plus on le fait à l'attention du public large. Un stéréotype voudrait que ce soit avant tout les scientifiques en manque de reconnaissance dans leur propre champ – publiant peu dans leur domaine – qui tentent de « redorer leur blason » en intervenant dans l'espace public, notamment dans les médias. L'étude a montré qu'il n'en est rien, confirmant les résultats trouvés par d'autres enquêtes. L'argument du temps que prennent

ces activités, le plus cité comme obstacle par les enseignants-chercheurs, prend donc une autre couleur quand on sait que l'un ne va en général pas sans l'autre.

Dans la communication large comme ailleurs, on donne davantage à ceux qui ont déjà. L'étude sociale des sciences a relevé depuis longtemps deux paradoxes liés à la production scientifique. Le *Matthew effect* stipule que les scientifiques voient leur travail reçu en fonction de leur capital symbolique et économique dans le champ académique ; le *Matilda effect* renvoie à la sous-évaluation, voire l'ignorance du travail scientifique féminin. Il s'avère que la communication large est également touchée par ces effets, par le biais des sollicitations des journalistes.

Il faut communiquer avec un public large, mais ce n'est pas valorisé. La question de la valorisation revient tout au long de ce rapport. Souvent évoquée dans la littérature, l'acceptabilité « horizontale » ne semble toutefois pas être un problème : une majorité des enseignants-chercheurs estime que s'engager dans l'espace public n'est pas mal perçu par les collègues. C'est bien plus la valorisation « verticale », par rapport aux supérieurs hiérarchiques, qui est problématique. De nombreux répondants ont relevé ce paradoxe : on attend de leur part un engagement public, mais ces activités sont ensuite difficilement « monnayables » dans le champ scientifique et ne sont, surtout, pas valorisées par la hiérarchie universitaire. Il y a là un écart entre les attentes et la prise en compte effective de ces activités qui étonne et déçoit plus d'un enseignant-chercheur.

10.3 Le dialogue science-société, une nécessité et une opportunité

La question posée par cette étude, qui émane d'une sociologie de la communication scientifique et des relations entre scientifiques et population, renvoie aux conditions de production de la science et, donc, à la sociologie des sciences et du travail scientifique. Rier (2003 : 422) rappelle le lien entre la question de la communication large et le « *fundamental debate over the extent to which the conduct of science is subject to influences beyond those emanating strictly from within science itself* ». Selon Latour (1983 : 215), la séparation entre science et société a été longtemps perçue comme garantissant la Raison ; dans ce cas, la communication avec un public large peut être perçue comme un danger, pouvant menacer la sacro-sainte indépendance de la science et remettant par là en cause le projet même de connaissance rationnelle.

Or, la « nouvelle production des connaissances », pour reprendre le titre du livre de Gibbons et al. (1994), est affectée par la demande sociale, les pressions d'ordres politique et économique. La fragilisation des budgets publics, qui demande à toute dépense de se légitimer, voire à trouver des compléments de financements du côté du privé, l'irruption de la demande de la société dans la production de la science et le fait que les scientifiques doivent rendre des comptes à la société, amènent des attentes accrues à l'égard des scientifiques en matière de dialogue avec la Cité, et ce même si ce type d'activités est peu valorisé dans le champ scientifique. De fait, dire que les scientifiques devraient communiquer davantage avec la société, ne se limite plus à une problématique de la communication, voire de dialogue plus ou moins réussi autour d'un savoir plus ou moins figé, mais touche à la question de la production de connaissances « socialement robustes » (Gibbons et al., 1994). D'une manière très générale, c'est donc vers le développement d'un nouveau savoir et d'une nouvelle manière de le produire qu'ouvre la question du dialogue science-société.

Derrière la question de la communication scientifique dirigée vers un public non-spécialiste, il y a enfin celle du projet de société qu'elle sous-tend. Différents projets de société ont été évoqués pour encourager la communication de résultats scientifiques au public large. Dans le siècle des Lumières, il s'agissait d'éduquer la population, les jeunes par l'Ecole et les adultes par des activités appropriées, dans le cadre d'un développement économique, technique, social et culturel de la société (Kyvik, 2005 : 2). Aujourd'hui, dans le contexte suisse, c'est un aspect citoyen qui est souvent mis en avant, en raison de la démocratie directe soumettant des grandes questions scientifiques à la population. Dans le contexte de « crises » liées à la science (énergie nucléaire, OGM, et autre), la communication large peut chercher à restaurer la confiance de la population envers les scientifiques. A un autre niveau encore, l'implication des enseignants-chercheurs de l'institution publique qu'est l'Université permet d'envisager une relation science-société, autre que celle de la logique marchande (illustrée par exemple par le brevetage du séquençage du génome et des OGM), vers un projet de société plus englobant et plus équilibré.

10.4 Recommandations

Compte tenu de la multiplication des initiatives d'ouverture de l'UNIL et de la forte dynamique déjà instaurée dans cette institution en la matière, il est utile de réfléchir au potentiel de

transferts de cette étude dans les pratiques et institutions de dialogue entre l'UNIL et la Cité. Dans ce contexte et en lien avec l'objectif prioritaire du renforcement de l'interaction entre l'UNIL et la société inscrit dans le Plan stratégique 2006-2011, nous proposons 14 recommandations. Une institution ambitieuse comme l'est l'UNIL en la matière peut en effet être d'autant plus exigeante avec elle-même. Ces recommandations ont été regroupées dans 4 catégories, en fonction de leur niveau d'action (l'institution, les enseignants-chercheurs) ou selon qu'elles portent sur les modalités de la relation science-société ou sur les publics cible.

L'ensemble de ces propositions vise à une *consolidation de la « culture de la communication » entre les partenaires du dialogue science-société au sein de l'UNIL*. De nombreuses et riches activités sont entreprises par les principaux intéressés – mais jugées parfois en ordre dispersé – et d'importantes infrastructures liées à la relation science-société existent à l'UNIL. Il s'agirait d'intégrer ces éléments en une « culture » toujours plus affirmée, qui lierait les enseignants-chercheurs, les unités/facultés, UNICOM et les autres médiateurs internes, et enfin, la direction, autour de l'idée forte et partagée d'une communication scientifique dirigée vers un public non-spécialiste.

Au niveau institutionnel :

- ⇒ **Renforcer le coordination en matière de communication large entre les échelons de l'UNIL.** L'étude suggère que les échelles de la faculté/unité et celle de l'université (direction) ne se concurrencent pas, mais se complètent. La coordination inter- et intra-échelons pourrait toutefois encore être développée. Il apparaît que les différentes facultés agissent dans le cadre d'un éventail de domaines et pourraient ainsi jouer, dans le concert des disciplines, leur propre partition, en relation étroite avec celle des autres facultés. De son côté, le niveau rectoral occupe une position complémentaire à cette diversité facultaire, tout en jouant un rôle bienvenu de garant de conditions-cadre ou règles du jeu propices au maintien et au développement de ces démarches dispersées mais s'enrichissant mutuellement.
- ⇒ **Diversifier les échanges avec les médias.** Les sollicitations par les journalistes sont apparues comme obéissant au *Matthew effect* (sont interrogés ceux qui occupent les postes les plus élevés dans la hiérarchie académique) et/ou selon des réseaux personnels. Des initiatives, comme la base UNIL-TSR Chronos+¹¹⁹, existent, mais les possibilités en matière de mises à disposition des résultats produits par les plus jeunes chercheurs de l'université à l'attention des médias ne semblent pas épuisées, notamment à travers Internet.
- ⇒ **Revaloriser la dimension science-société dans l'évaluation des dossiers de personnes et des unités.** La question d'une inclusion des activités de communication dirigées vers un public non-spécialiste dans l'évaluation des dossiers de personnes à des postes académiques est ouvertement posée par une partie des répondants. Prendre en compte cette dimension, sans naturellement dévaloriser la communication scientifique à l'attention des pairs, serait un signal fort en direction d'une valorisation accrue des activités de communication large.
- ⇒ **Concevoir des mesures pour augmenter la visibilité des femmes parmi les enseignants-chercheurs dans l'espace public.** Avec des statuts plus précaires, les femmes se retrouvent moins présentes dans l'espace public et notamment médiatique. Ceci mène au phénomène bien connu du *Matilda effect*, où la minimisation et l'invisibilisation du travail effectué par les femmes parmi les enseignants-chercheurs de l'UNIL, déjà moins nombreuses dans les échelons supérieurs de la hiérarchie universitaire. Il s'agirait de réfléchir à des mesures qui permettraient de rendre leur travail à l'université davantage visible.
- ⇒ **Reconsidérer les budgets dédiés à la communication et à la relation science-société.** L'UNIL consacre déjà des ressources financières importantes au dialogue science-société. Inviter des grands noms de la science et du débat scientifique, atteindre un nombre important de personnes a toutefois un prix. Il faut s'assurer que les acteurs et les événements dédiés à la communication envers un public non-spécialiste sont dotés de

¹¹⁹ Cette base de donnée novatrice permet de mettre en relation des experts universitaires et des journalistes autour d'événements d'actualité : www.chronosplus.ch.

moyens suffisants pour remplir leur mission et, le cas échéant, augmenter encore leur dotation.

- ⇒ **Institutionnaliser l'évaluation et le suivi des efforts science-société de l'UNIL.** Nous recommandons de répliquer la présente étude à intervalle régulier (par exemple, tous les 2 à 3 ans). Ceci permettrait d'établir des séries de données longitudinales et de procéder ainsi à des comparaisons diachroniques. Des indicateurs permettant de mesurer et d'évaluer les activités science-société pourraient être construits et mis en place. Le suivi de l'exécution du Plan stratégique 2006-2011, en particulier de la priorité science-société qui y est inscrite, serait ainsi assuré.

Au niveau individuel :

- ⇒ **Motiver les plus jeunes enseignants-chercheurs à aller à la rencontre de la Cité.** L'étude a révélé un engagement public moindre des personnes les plus jeunes, avant tout les Assistants et doctorants. Un phénomène d'autocensure est apparu, suggérant que certains groupes au sein des enseignants-chercheurs de l'UNIL ne se considèrent pas comme légitimés à intervenir dans l'espace public. Pourtant, leur vision plus intégrative de la relation science-société et leur dynamisme pourraient être bienvenus dans des opérations de communication et de dialogue science-société. L'aspect formateur de ce type d'activités pour le personnel le plus jeune de l'université doit aussi être rappelé.
- ⇒ **Améliorer l'information et la formation des enseignants-chercheurs, notamment leurs compétences de communication et leur connaissance des publics.** Une certaine méconnaissance des publics de la science, de leurs craintes et souhaits est ressortie de l'étude, notamment dans son volet qualitatif. De plus, une part importante des répondants s'est déclarée prête à suivre un cours ou stage dans le domaine de la communication large. Il y a visiblement une demande en matière de formation et d'information de la part des enseignants-chercheurs. A un niveau élémentaire mais important, il s'agirait aussi d'informer les scientifiques sur le fonctionnement des médias et sur les règles d'usage pour toute interaction médiatique, dont la méconnaissance peut amener à des blocages ou à des réticences.
- ⇒ **Elaborer une stratégie dans le sens d'un partage des tâches en matière de communication entre les différentes catégories d'enseignants-chercheurs.** L'engagement différentiel des enseignants-chercheurs en matière de communication large – selon les statuts, les facultés mais aussi entre individus – pose la question d'un possible partage des tâches à instituer dans le cahier des charges, éventuellement en rotation et/ou selon l'envie des personnes, en la matière. Celui-ci permettrait aussi de tabler sur les compétences de chacun, afin de maximiser l'effet de ces activités sans surcharger l'ensemble des enseignants-chercheurs. La question de l'extension de la professionnalisation d'une partie des activités de communication large, déjà mise en œuvre par le rectorat et ses services ainsi que dans certaines unités de recherche, est posée. De nature institutionnelle, elle ne peut toutefois remplacer les interactions directes entre les scientifiques et les publics, qui permettent de donner un visage à la science.

Au niveau des modalités de dialogue :

- ⇒ **Valoriser l'information dans la communication envers un public large.** Les activités relevant de l'information – plutôt que du débat public – ne doivent pas être négligées. Ces modalités plus traditionnelles de communication avec un public large constituent, on l'a vu, la plus grande part des activités. Egalement menée depuis l'UNIL, l'enquête *Vivre ensemble dans l'incertain* (Bütschi, et al., 2007) a par ailleurs montré que la population attend particulièrement des informations des scientifiques. Parallèlement à l'exigence du débat, il ne faut donc pas hésiter à développer encore ce registre de communication parfois décrié par les spécialistes du dialogue science-société.
- ⇒ **Renforcer les activités qui relèvent du débat et de la coproduction des savoirs.** Si l'information doit être revalorisée, il faudrait également intensifier les activités plus interactives, dialogiques et, pourquoi pas, ludiques, dans la ligne des Mystères de l'UNIL. La participation des enseignants-chercheurs à des activités comme les cafés scientifiques, les Portes ouvertes ou les festivals scientifiques est encore relativement modeste. Le

potentiel de la relation particulière établie avec la population lors de ce type d'événements ne doit pas être négligé. Ceci notamment dans une perspective à plus long terme, dans le contexte de décisions de plus en plus complexes à prendre.

- ⇒ **Intensifier la stratégie de communication large via les TIC.** Cette étude exploratoire a fait essentiellement référence aux médias « traditionnels » que sont la presse, la radio, la télévision, mais les médias ne sont pas figés, ni monolithiques. Les technologies de la communication (TIC) ont d'une certaine manière reconfiguré la question de la communication, et aussi celle de la communication dirigée vers un public non-spécialiste en ouvrant de nouvelles tribunes. Ces nouvelles possibilités de mise en circulation d'informations et de documents scientifiques mais aussi de nouveaux espaces de débats entre les scientifiques et la Cité (cf. certains *blogs* ou les *science shop virtuels*¹²⁰) pourraient être investis et exploités de manière accrue. Souvent hybrides, ces nouvelles médiations pourraient également constituer des réponses à certains problèmes relevés, notamment celui d'atteindre les jeunes et de les intéresser à la science. L'information en ligne de l'UNIL sur la page d'accueil de son site est un premier jalon très important dans cette direction¹²¹.

Au niveau des publics-cible :

- ⇒ **Favoriser l'usage de supports « mixtes » permettant une communication multi-publics.** En prenant exemple sur le projet d'un éco-musée des GSE, réunissant enseignants et étudiants, médias, touristes et public local, ou encore sur les catalogues d'exposition pouvant satisfaire tant à des exigences du champ scientifique qu'à la curiosité du public intéressé, on pourrait explorer des formats d'événements et des supports relevant des deux logiques – scientifique et public large – créant par là des synergies et des dynamiques intéressantes.
- ⇒ **Intensifier les activités de communication dirigées vers les plus jeunes.** Les enquêtes PISA montrent des résultats moyens des élèves suisses en science¹²². Il pourrait s'avérer intéressant à cet égard d'augmenter les activités de communication scientifique large, notamment celles dirigées vers le plus jeune public, comme le fait déjà l'UNIL avec succès avec les Portes ouvertes ou le Laboratoire public l'Éprouvette. Dans le même ordre d'idées, le bassin de recrutement d'étudiants puis de scientifiques est notoirement insuffisant (et va aller en s'aggravant si l'on croit les projections des démographes). Une politique de communication de l'UNIL dirigée vers les jeunes permettrait de créer des vocations et d'assurer la relève dans le domaine scientifique.

¹²⁰ Voir par un exemple, aux Etats-Unis *Ask a scientist* (www.hhmi.org/askascientist/ask.html) ou en Irlande *Science shop* (www.scienceshop.org/).

¹²¹ Cf. www.unil.ch/Jahia/site/actu/cache/off/pid/42162?actunilParam=news.

¹²² Cf. www.pisa.admin.ch/bfs/pisa/fr/index.html.

Références

- Armingeon K. (2001). *Fachkulturen, soziale Lage und politische Einstellungen der Studierenden der Universität Bern*. Berne, Université de Berne, Institut für Politikwissenschaft.
- Arnold M. et al. (2001). *Wissenschaftskulturen im Vergleich : Endbericht zum Projekt 'Science as Culture'*, Vienne.
- Arnold M. et Fischer R. (Eds.) (2004). *Disziplinierungen. Kulturen der Wissenschaft im Vergleich*. Rapport final (Coll. kultur.wissenschaften, vol. 11), Vienne.
- Bargel T. (1988). *Wieviele Kulturen hat die Universität ? Ein Vergleich der Rollen- und Arbeitskultur in vierzig Einzelfächern*, Constance, Université de Constance
- Bauer M., Allum N. et Miller S. (2007). « What can we learn from 25 years of PUS survey research ? Liberating and expanding the agenda », *Public Understanding of Science*, 16(1), pp. 79-95.
- Becher T. (1989). *Academic Tribes and Territories. Intellectual Enquiry and the Cultures of Disciplines*. Buckingham, SRHE et Open University Press.
- Ben-David J. (1971). *The Scientist's Role in Society. A Comparative Study*. New Jersey, Prentice-Hall.
- Bensaude-Vincent B. (2003). *La science contre l'opinion : histoire d'un divorce*. Paris, Les empêcheurs de penser en rond.
- Bourdieu P. (1996). *Sur la télévision*. Paris, Ed. Raisons d'agir.
- Boy D. (2006). « Science et société: de la culture à la démocratie », in Leresche J.-Ph., Benninghoff M., Crettaz von Roten F. & Merz M. (Eds.). *La fabrique des sciences. Des institutions aux pratiques*. Lausanne, PPUR, pp. 261-281.
- Briggs P. (1992). « Building positive attitudes to science : new ideas from museums and other groups », in Durant J. (dir.). *Museums and the Public Understanding of Science*. Londres, Science Museum, pp. 70-73.
- Bütschi D., Cabasse C., Crettaz von Roten F., Joye D. Kaufmann A. et Simon-Vermond P. (2006). *Vivre ensemble dans l'incertain: Enquête sur les préoccupations de la population vaudoise face à l'avenir et sur ses attentes vis-à-vis de l'Université*. Rapport final, Lausanne, Université de Lausanne.
- Callon M. (1999). « Des différentes formes de démocratie technique », *Les Cahiers de la Sécurité Intérieure*, 38, pp. 35-52.
- Castelfranchi Y. (2002). « Scientists to the streets. Science, politics and the public moving towards new osmoses ». *Journal of Communication*, 1(2), juin.
- Clark F. et Illman D. (2001), « Dimensions of Civic Science ». *Science Communication*, 23(1), septembre, pp. 5-27.
- Commission Européenne (2006). *She figures 2006: Women and Science*. Luxembourg.
- Crettaz von Roten, F. (2004). Gender differences in attitudes toward science in Switzerland. *Public Understanding of Science*, 13(2), 191-199.
- Crettaz von Roten, F. (2006). Les Suisses et les sciences en 2005 : structure et facteurs explicatifs des attitudes. In *La fabrique des sciences. Des institutions aux pratiques*. Leresche, J.-Ph., Benninghoff, M., Crettaz von Roten, F. & Merz, M. (Eds.), Lausanne : PPUR, 283-304.
- Crettaz de Roten F., Hof P. et Moeschler O. (2003). « Réflexions sur la relation entre science, culture et société : le cas lausannois », in Pellegrini B. (dir.). *Sciences au musée, sciences nomades*. Actes du colloque tenu les 18-20 septembre 2002 à Genève. Genève, Georg Editeur, pp. 223-231.
- European Commission (2002). *Report from the Expert Group Benchmarking the Promotion of RTD Culture and Public Understanding of Science*.
- Felt U. (2001). *Evaluierung der Science Week @ Austria 2001. Analyse eines Experimentes der Wissenschaftskommunikation im österreichischen Kontext*. Rapport final. Vienne, Université de Vienne.

- Felt U. (2001). *Evaluierung der Science Week @ Austria 2001. Analyse eines Experimentes der Wissenschaftskommunikation im österreichischen Kontext*. Rapport final. Vienne, Université de Vienne.
- Gascoigne T. et Metcalfe J. (1997). « Incentives and Impediments to Scientists Communicating through the Media », *Science Communication*, 18(3), mars, pp. 265-282.
- Gibbons, M., Limoges, C., Nowotny, H., Schwartzma, S., Scott, P. & Troy, M. (1994). *The new production of knowledge: the dynamics of science and research in contemporary societies*. London: Sage.
- Gilbert A.-F., Crettaz von Roten F., Alvarez E. (2006). « Le poids des cultures disciplinaires sur le choix d'une formation supérieure technique ou scientifique : une perspective genre ». *Revue suisse de sociologie*, 32(1), pp. 141-161.
- Greenwood M. R. C. et Riordan D. G. (2001), « Civic Scientist/Civic Duty », *Science Communication*, 23(1), septembre, pp. 28-40.
- Hof P., Crettaz de Roten F., Merz M. et Leresche J.-Ph. (2001). *Etude évaluative de la partie lausannoise du Festival Science et Cité*. Rapport final. Lausanne, Observatoire Science, Politique et Société - EFPL.
- House of Lords (2000). *Science and Society*. Troisième rapport. Londres, House of Lords.
- Hultberg J. (1991). *A Tale of Two Cultures. The Image of Science of C.P. Snow*. Goeteburg, Université de Goeteburg, Department for Theory of Science and Research.
- Jensen, P. & Croissant, O. (2007). « Activité de vulgarisation des chercheurs CNRS : un état des lieux ». *Journal of Science Communication*, 6(3) (disponible à l'URL <http://jcom.sissa.it>)
- Kyvik S. (2005). « Popular Science Publishing and Contributions to Public Discourse among University Faculty ». *Science Communication*, 26(3), mars, pp. 288-311.
- Latour B. (1983). « Comment redistribuer le grand partage ». *Revue de synthèse*, 110, pp. 203-236.
- Lepenes W. (1990). *Les trois cultures. Entre science et littérature, l'avènement de la sociologie*. Paris, Editions de la Maison des sciences de l'homme.
- Merton, R. K. (1968). « The Matthew effect in science ». *Science*, 159(3810), pp. 56-63.
- Moeschler O., Crettaz von Roten F., Leresche J.-Ph. (2006), *Une « fête des sciences et des arts » pour un dialogue science-société ? Etude évaluative du festival Science et Cité 2005*. Rapport final. Lausanne, OSPS-UNIL.
- Nielsen K. H., Kjaer C. R. et Dahlggaard J. (2007). « Scientists and science communication : a Danish survey ». *Journal of Science Communication*, 6(1), mars.
- Nowotny H., Scott P. et Gibbons M. (2003), *Repenser la science. Savoir et société à l'ère de l'incertitude*. Paris, Belin.
- OFES (2004). *Women and Science : review of the situation in Switzerland*. Bern.
- OFS (2006). *Manuel technique SIUS*. Neuchâtel, Office fédéral de la statistique.
- Parsons T. et Platt G. M. (1973). *The American University*. Cambridge.
- Pearson G., Pringle S. et Thomas J. (1997). « Scientists and the public understanding of science », *Public Understanding of Science*, 6, pp. 279-289.
- Poliakoff E. et Webb T. (2007). « What factors predict scientists' intentions to participate in public engagement of science activities? ». *Science Communication*, 29(2), pp. 242-263.
- Research Councils UK (2002). *Dialogue with the Public. Practical Guidelines*.
- Research International (2000). *Science and the Public : Mapping Science Communications Activities*.
- Rier D. A. (2003), « Work Setting, Publication and Scientific Responsibility ». *Science Communication*, 24(4), juin, pp. 420-457.
- Rositer, M. (1993). « The Matilda effect in science ». *Social Studies of Science*, 23, pp. 325-341.

- Royal Society (2006). *Science Communication. Survey of factors affecting science communication by scientists and engineers*. Rapport final.
- Shinn T. et Whitley R., dir. (1985). *Expository Science : Forms and Functions of Popularisation*. Boston et Dordrecht, D. Reidel.
- Snow C. P. (1965). *The Two Cultures*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Sturzenegger-Varvayanis S., Eosco G., Ball S., Lee K., Halpern M. et Lewenstein B. (2008). How University Scientists View Science Communication to the Public. Proceedings de la conférence PCST-10, Malmö, 25-27 juin 2008.
- Université de Lausanne (2006), *Plan stratégique de l'Université de Lausanne* (disponible sous : www.unil.ch/central/page12869.html)
- van Dijck J. (2003). « After 'Two Cultures'. Toward a '(Multi)cultural' Practice of Science Communication ». *Science Communication*, 25(2), décembre, pp. 177-190.
- Vetenskap & Allmänhet (2003). *How Researchers View Public and Science*. Rapport final, Stockholm, Vetenskap & Allmänhet.
- Wellcome Trust (2001). *The Role of Scientists in Public Debate*. Rapport final.
- Whitley R. (1985). "Knowledge Producers and Knowledge Acquirers", in Shinn T. et Whitley R., dir., *op. cit.*, pp. 3-28.
- Windolf P. (1992). « Fachkultur und Studienfachwahl. Ergebnisse einer Befragung von Studienanfängern », in *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 44 (1), pp. 76-98.
- Wynne B. (1995), "Public Understanding of Science", in Jasanoff S. et al., *Handbook of Science and Technology Studies*, Londres, Thousand Oaks, Sage Publications, pp. 361-388.

Sites Internet mentionnés

www.chronosplus.ch

www.hhmi.org/askascientist/ask.html

www.science-et-cite.ch/stiftung/fr.aspx

www.scienceshop.org/

www.unil.ch/central/page12869.html (plan stratégique 2006-2001 de l'UNIL)

www.unil.ch/Jahia/site/actu/cache/off/pid/42162?actunilParam=news

www.unil.ch/unisciences

www.verdan.ch

www2.unil.ch/liege/gpesdetravail/ProjetReleveLsne.html

Annexes

A. Liste des membres du groupe d'accompagnement

Suren Erkman	GSE
Solange Ghernaouti	HEC
Pierre Gisel	Théologie et sciences des religions
Ariane Jemelin-Devanthery	Lettres
Véronique Jost Gara	FBM
Jean-Philippe Leresche	SSP et Fondation Science et Cité
Vincent Martenet	Droit
Francesco Panese	SSP et FBM
Roger Gaillard	Réseau romand Science et Cité
Alain Kaufmann	Interface sciences-société
Philippe Trinchan	FNS
Elisabeth Veya	Fondation Science et Cité

B. Messages d'invitation et de rappel de l'enquête on-line

INVITATION 1 (1.10.2007)

Titre : Invitation UNIL Les Scientifiques dans la Cité

Madame, Monsieur,

Nous vous sollicitons dans le cadre d'une recherche menée par l'Observatoire Science, Politique et Société (faculté des Sciences sociales et politiques) et soutenue par Anthropos.

Intitulée "Les Scientifiques dans la Cité", cette étude vise à décrire et analyser les différentes modalités de communication des enseignants-chercheurs de l'UNIL ainsi que leurs pratiques et leurs représentations en matière de relation sciences-société.

Cette enquête s'adresse à tous les enseignants-chercheurs de l'UNIL: autrement dit à toutes les personnes qui ont un titre universitaire (Professeurs, MER, MA, assistants, doctorants, etc.), y compris au CHUV et dans les Hospices cantonaux, ainsi qu'aux membres du PAT actifs dans la recherche (chefs d'unité ou de projet, chargés de recherche, etc.).

Le questionnaire est court: il ne comporte que 20 questions, dure environ 15 minutes et ne nécessite aucune préparation de votre part. Le délai est fixé au vendredi 12 OCTOBRE 2007. Les résultats seront mis à la disposition de l'ensemble de la communauté universitaire lors d'une journée de restitution au printemps 2008.

Afin d'obtenir des résultats représentatifs, il est très important que vous participiez, quels que soient vos travaux et vos activités de communication! L'anonymat et la confidentialité des données et des résultats sont strictement garantis.

En vous remerciant vivement de votre participation, nous vous prions de recevoir, Madame, Monsieur, nos cordiales salutations.

Fabienne Crettau von Roten, responsable du projet
Olivier Moeschler, sociologue en charge des opérations

Pour accéder au questionnaire on-line, double-cliquez sur le lien ci-dessous:

<http://www3.unil.ch/limesurvey-prod/index.php?sid=15823&token=6374117737&lang=fr>

ou copiez le lien entier dans la barre d'adresse de votre navigateur et pressez la touche "retour" de votre clavier.
(En cas de problème technique, contactez-nous par retour de message.)

PS. Si vous devez recevoir ce message deux fois par deux adresses différentes, nous nous en excusons. Il va de soi que vous ne devez remplir le questionnaire qu'une seule fois!

RAPPEL 1 (16.10.2007)

Titre : Rappel: Etude UNIL Les Scientifiques dans la Cité

Madame, Monsieur, Chère et cher collègue,

Récemment, nous vous avons sollicité dans le cadre de l'étude UNIL "Les Scientifiques dans la Cité" menée depuis l'Observatoire Science, Politique et Société, qui porte sur les relations science-société de tous les enseignants-chercheurs UNIL.

Alors que l'on demande de plus en plus aux enseignants-chercheurs de communiquer avec un public large et avec les médias, cette étude veut décrire de manière rigoureuse et indépendante la situation dans toutes les facultés de l'UNIL et faire entendre toutes les opinions sur cette question.

Si vous avez déjà répondu à l'enquête, nous vous en remercions vivement! Si tel n'est pas le cas, nous vous prions de remplir sur le questionnaire on-line de 20 questions (durée: 15 minutes) en double-cliquant sur le lien suivant (ou en le copiant dans votre barre d'adresses):

{LIEN PERSONNEL}

Votre participation est importante! Nous rappelons que l'anonymat des données est garanti. N'hésitez pas à nous contacter en cas de problème technique.

En espérant vivement pouvoir compter sur votre coopération et en vous remerciant d'avance, nous vous prions de recevoir, Madame, Monsieur, Chère et cher collègue, nos cordiales salutations.

Fabienne Crettau von Roten, responsable du projet
Olivier Moeschler, sociologue en charge des opérations

C. Questionnaire on-line

Les Scientifiques dans la Cité																																																													
A. La relation science-société																																																													
<p>100: 1. Par rapport à toutes les activités qu'implique votre travail, estimez-vous important de communiquer avec un public non-spécialiste? Choisissez une seule option parmi les suivantes: <input type="checkbox"/> très important <input type="checkbox"/> assez important <input type="checkbox"/> pas très important <input type="checkbox"/> pas du tout important <input type="checkbox"/> ne sait pas</p>																																																													
<p>201: 2. Laquelle de ces options décrit le mieux votre relation de communication avec le public non-spécialiste: Choisissez une seule option parmi les suivantes: <input type="checkbox"/> J'informe le public sur les résultats trouvés <input type="checkbox"/> Je débats avec le public <input type="checkbox"/> Je construis le savoir avec le public <input type="checkbox"/> Je n'ai pas vraiment de relation directe avec le public non-spécialiste <input type="checkbox"/> Ne sait pas</p>																																																													
<p>300: 3. Estimez-vous qu'il est important, dans votre position actuelle, d'entrer en contact direct avec les publics non-spécialistes suivants: Cochez une réponse pour chaque ligne</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>très important</th> <th>assez important</th> <th>pas très important</th> <th>pas du tout important</th> <th>ne sait pas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Enfants ou jeunes (à l'extérieur de l'UNIL)</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Enseignants (gymnase, école secondaire ou primaire)</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Public non-spécialiste au sens large, « l'homme de la rue »</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Décideurs, politiques</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Membres de commissions d'experts (extérieures à l'université)</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Milieux professionnels liés à mon domaine</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Milieux économiques, industrie</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Médias, journalistes</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Associations, syndicats, groupes d'intérêt</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </tbody> </table>			très important	assez important	pas très important	pas du tout important	ne sait pas	Enfants ou jeunes (à l'extérieur de l'UNIL)	<input type="checkbox"/>	Enseignants (gymnase, école secondaire ou primaire)	<input type="checkbox"/>	Public non-spécialiste au sens large, « l'homme de la rue »	<input type="checkbox"/>	Décideurs, politiques	<input type="checkbox"/>	Membres de commissions d'experts (extérieures à l'université)	<input type="checkbox"/>	Milieux professionnels liés à mon domaine	<input type="checkbox"/>	Milieux économiques, industrie	<input type="checkbox"/>	Médias, journalistes	<input type="checkbox"/>	Associations, syndicats, groupes d'intérêt	<input type="checkbox"/>																																				
	très important	assez important	pas très important	pas du tout important	ne sait pas																																																								
Enfants ou jeunes (à l'extérieur de l'UNIL)	<input type="checkbox"/>																																																												
Enseignants (gymnase, école secondaire ou primaire)	<input type="checkbox"/>																																																												
Public non-spécialiste au sens large, « l'homme de la rue »	<input type="checkbox"/>																																																												
Décideurs, politiques	<input type="checkbox"/>																																																												
Membres de commissions d'experts (extérieures à l'université)	<input type="checkbox"/>																																																												
Milieux professionnels liés à mon domaine	<input type="checkbox"/>																																																												
Milieux économiques, industrie	<input type="checkbox"/>																																																												
Médias, journalistes	<input type="checkbox"/>																																																												
Associations, syndicats, groupes d'intérêt	<input type="checkbox"/>																																																												
<p>350: Si un ou des public(s) non-spécialiste(s) important(s) pour vous manque(nt) dans cette liste, vous pouvez le(s) noter ici. Ecrivez votre réponse ici:</p> <div style="border: 1px solid black; height: 40px; width: 100%;"></div>																																																													
<p>400: 4. Quand j'interviens dans l'espace public ou dans les médias, je suis... Choisissez une seule option parmi les suivantes: <input type="checkbox"/> plutôt un spécialiste, un expert d'un domaine <input type="checkbox"/> plutôt un généraliste qui anime le débat public</p>																																																													

les deux																																														
aucun des deux																																														
ne s'applique pas à moi																																														
<p>B. Vos activités</p>																																														
<p>500: 5. Parmi les activités de communication suivantes, lesquelles vous ont concerné dans la dernière année académique (2006-2007)? Cochez une réponse pour chaque ligne</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>0 fois</th> <th>1 fois</th> <th>2-3 fois</th> <th>4 fois +</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Donner une conférence publique ou un cours public, intervention dans un grand débat public</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Intervention dans le cadre d'une formation continue à un public extérieur à l'université</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Intervention dans le cadre d'un cours dans une école (gymnase, école secondaire ou primaire)</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Intervention devant une commission (extérieure à l'université) restreint</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Intervention devant une association, une ONG, un groupe d'intérêts</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Rédaction d'un article dans un magazine scientifique grand public</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Interview par un quotidien ou magazine grand public</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>(Co-)rédaction d'un ouvrage de vulgarisation (ou chapitre)</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </tbody> </table>			0 fois	1 fois	2-3 fois	4 fois +	Donner une conférence publique ou un cours public, intervention dans un grand débat public	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Intervention dans le cadre d'une formation continue à un public extérieur à l'université	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Intervention dans le cadre d'un cours dans une école (gymnase, école secondaire ou primaire)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Intervention devant une commission (extérieure à l'université) restreint	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Intervention devant une association, une ONG, un groupe d'intérêts	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Rédaction d'un article dans un magazine scientifique grand public	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Interview par un quotidien ou magazine grand public	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(Co-)rédaction d'un ouvrage de vulgarisation (ou chapitre)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	0 fois	1 fois	2-3 fois	4 fois +																																										
Donner une conférence publique ou un cours public, intervention dans un grand débat public	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																										
Intervention dans le cadre d'une formation continue à un public extérieur à l'université	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																										
Intervention dans le cadre d'un cours dans une école (gymnase, école secondaire ou primaire)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																										
Intervention devant une commission (extérieure à l'université) restreint	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																										
Intervention devant une association, une ONG, un groupe d'intérêts	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																										
Rédaction d'un article dans un magazine scientifique grand public	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																										
Interview par un quotidien ou magazine grand public	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																										
(Co-)rédaction d'un ouvrage de vulgarisation (ou chapitre)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																										
<p>525: Même question pour les activités suivantes: Cochez une réponse pour chaque ligne</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>0 fois</th> <th>1 fois</th> <th>2-3 fois</th> <th>4 fois +</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Rédaction d'un communiqué de presse</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Participation à une émission TV ou radio</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Participation à une journée de parlementaires à l'UNIL</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Proposition d'une activité dans le cadre du Passeport vacances à l'UNIL</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Participation à un événement d'information scientifique à l'extérieur de l'UNIL</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Mener une visite guidée dans (ou collaborer avec) un musée</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Participation active aux Portes ouvertes UNIL 2007 ou 2006 (p.ex. proposé une animation)</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Communication de résultats à un public large via un site Internet</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </tbody> </table>			0 fois	1 fois	2-3 fois	4 fois +	Rédaction d'un communiqué de presse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Participation à une émission TV ou radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Participation à une journée de parlementaires à l'UNIL	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Proposition d'une activité dans le cadre du Passeport vacances à l'UNIL	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Participation à un événement d'information scientifique à l'extérieur de l'UNIL	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Mener une visite guidée dans (ou collaborer avec) un musée	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Participation active aux Portes ouvertes UNIL 2007 ou 2006 (p.ex. proposé une animation)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Communication de résultats à un public large via un site Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	0 fois	1 fois	2-3 fois	4 fois +																																										
Rédaction d'un communiqué de presse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																										
Participation à une émission TV ou radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																										
Participation à une journée de parlementaires à l'UNIL	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																										
Proposition d'une activité dans le cadre du Passeport vacances à l'UNIL	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																										
Participation à un événement d'information scientifique à l'extérieur de l'UNIL	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																										
Mener une visite guidée dans (ou collaborer avec) un musée	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																										
Participation active aux Portes ouvertes UNIL 2007 ou 2006 (p.ex. proposé une animation)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																										
Communication de résultats à un public large via un site Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																										
<p>550: Si vous avez eu un ou plusieurs autre(s) type(s) d'activité de communication dirigé(s) vers un public non-spécialiste en 2006-2007, vous pouvez le/les noter ici. Ecrivez votre réponse ici:</p> <div style="border: 1px solid black; height: 40px; width: 100%;"></div>																																														
<p>600: 6. On attend de plus en plus de la part des scientifiques qu'ils communiquent avec un public non-spécialiste. Quel est votre point de vue sur cette situation? Ecrivez votre réponse ici:</p> <div style="border: 1px solid black; height: 40px; width: 100%;"></div>																																														

1060: En général, par quels biais êtes-vous sollicité-e par les médias:
 Cochez une réponse pour chaque ligne

	souvent	remement	jamais	ne s'applique pas à moi
Directement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Via Unicom	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Via le service spécialisé de notre faculté ou unité	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1100: 11. Concernant Unicom. Connaissez-vous ce service?
 Choisissez une seule option parmi les suivantes:

Je ne connaissais pas ce nom avant cette enquête
 J'en ai entendu parler mais je ne connaissais pas leurs activités
 Je connaissais ce service mais n'ai jamais collaboré avec eux
 J'ai déjà collaboré avec eux

1130: D'une manière générale, quel est votre degré de satisfaction avec Unicom?
 Choisissez une seule option parmi les suivantes:

Tout à fait satisfait-e
 Plutôt satisfait-e
 Pas du tout satisfait-e
 Ne sait pas
 Ne s'applique pas à moi

1160: Si vous avez des commentaires à apporter à votre réponse, vous pouvez le faire ici.
 Ecrivez votre réponse ici:

D. Motivations et obstacles

1200: 12. Cochez les éléments les plus importants qui, pour vous personnellement, sont une MOTIVATION pour communiquer vos travaux à un public non-spécialiste (max. 3):
 Choisissez toutes les options qui vous concernent

Pour moi, il n'y a PAS de motivations (QUESTION SUIVANTE SVP)

Plaisir, envie personnelle
 Utilité pour ma carrière académique
 Drainer des fonds de recherche
 Prestation de service à ceux qui nous financent
 Informer les gens, les renseigner
 Contribuer au débat public sur la science
 Conscientiser les gens, leur donner les moyens de façonner le monde
 Renforcer l'image de ma faculté ou de mon unité
 Renforcer l'image de l'UNIL
 Les collègues dans mon unité le font
 Inspirer des vocations, drainer des étudiants
 Cela fait simplement partie de notre travail

Autre:

1300: 13. Cochez les éléments les plus importants qui, pour vous personnellement, sont un OBSTACLE à communiquer vos travaux à un public non-spécialiste (max. 3):

700: 7. Dans l'année académique 2006-2007, combien avez-vous publié (en tant qu'auteur ou co-auteur) de...:
 Cochez une réponse pour chaque ligne

	0 fois	1 fois	2-3 fois	4 fois +
Articles dans revues scientifiques expertisées	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Articles dans revues scientifiques non-expertisées	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Contribution aux actes d'un colloque	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Chapitres de livres	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Livres	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rapports scientifiques	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dépôts de brevets	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Interventions lors de colloques scientifiques	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

C. Les médiateurs

800: 8. Quand vous terminez une recherche, contactez-vous les médias (év. via un service interne à l'UNIL) pour leur faire part de vos résultats?
 Choisissez une seule option parmi les suivantes:

En général oui
 Souvent
 Rarement
 Non, en général pas
 Ne s'applique pas à moi

900: 9. Dans votre cas, quelle importance ont les médiateurs (ou «passeurs») suivants de la communication avec un public non-spécialiste:
 Cochez une réponse pour chaque ligne

	très important	assez important	pas très important	pas du tout important	ne sait pas
Unicom (le service de communication et d'audiovisuel, réalisateur d'Uniscopie, d'Allez savoir, de www.unil.ch/actu, cours public, Mystères de l'UNIL, Dies, etc.)	<input type="checkbox"/>				
Service de communication de ma faculté ou de mon unité	<input type="checkbox"/>				
Médias, journalistes	<input type="checkbox"/>				
Interface Sciences-Société (Laboratoire L'Eprouvette, Anthropos Café, coordination du Festival Science et Cité, expositions sur le campus, etc.)	<input type="checkbox"/>				
Fondations extérieures à l'université (p.ex. Science et Cité)	<input type="checkbox"/>				
Musées	<input type="checkbox"/>				

1000: 10. A propos des sollicitations par des journalistes (tous médias confondus) dans l'année 2006-2007. Combien de fois environ avez-vous été sollicité-e (directement ou via un tiers)?
 Ecrivez votre réponse ici:

1030: Et combien de fois avez-vous accepté?
 Ecrivez votre réponse ici:

Choisissez **une seule option** parmi les suivantes:

20-29 ans
 30-44 ans
 45-59 ans
 60 ans +

3300: Parmi les titres suivants, lequel décrit le mieux votre statut :
 Choisissez **une seule option** parmi les suivantes:
 Prof. ordinaire, associé-e, titulaire, ad personam, honoraire; MER
 Assistant-e, premier/ère assistant-e, doctorant-e
 Prof. assistant-e, Prof. boursier/ère, MA
 Prof. invité-e, remplaçant-e, suppléant-e
 Chargé-e de cours, Privat-docent
 Chef-fe de service ou de section; chef-fe d'unité, d'équipe ou de projet
 Chargé-e de recherche, chercheur-e dipl., chercheur-e associé-e, chercheur-e docteur-e, chercheur-e hors barème
 Autre

3400: Quelle est votre faculté de rattachement à l'UNIL? (S'il s'agit de plusieurs facultés, choisissez celle dans laquelle se situe la majorité de vos recherches.)
 Choisissez **une seule option** parmi les suivantes:
 Faculté de théologie et de sciences des religions
 Faculté de droit et des sciences criminelles
 Faculté des lettres
 Faculté des sciences sociales et politiques (SSP)
 Faculté des hautes études commerciales (HEC)
 Faculté des géosciences et de l'environnement (GSE)
 Faculté de biologie et de médecine (FBM)
 Autre

3500: Vos activités professionnelles se situent...
 Choisissez **une seule option** parmi les suivantes:
 plutôt dans la recherche
 plutôt dans l'enseignement
 à égalité dans la recherche et l'enseignement
 plutôt dans les activités cliniques
 plutôt dans les activités techniques
 plutôt dans l'administration, la gestion
 Autre

3600: Vos travaux de recherche relèvent...
 Choisissez **une seule option** parmi les suivantes:
 plutôt du domaine appliqué & mandats
 plutôt de la recherche fondamentale
 à égalité des deux
 ne s'applique pas à moi
 Autre

(p.ex. Passeport vacances)
 Participer activement aux prochaines Portes ouvertes de l'UNIL
 Participer activement au prochain Festival Science et Cité

1800: 18. Y a-t-il une rubrique «communication avec un public large» ou «valorisation dans les médias» dans...?
 Cochez une réponse pour chaque ligne

	tout à fait d'accord	plutôt d'accord	ni d'accord, ni pas d'accord	plutôt pas d'accord	ne sait pas
Votre CV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les demandes de fonds pour les projets que vous faites	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le document qui présente les activités de votre unité ou faculté	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1900: 19. Indiquez en quelle mesure vous êtes d'accord avec les énoncés suivants:
 Cochez une réponse pour chaque ligne

	tout à fait d'accord	plutôt d'accord	ni d'accord, ni pas d'accord	plutôt pas d'accord	ne sait pas
Il est possible de faire un lien entre mes recherches et les préoccupations de tous les jours des gens.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dans mon domaine, un scientifique qui communique beaucoup et est très présent dans l'espace public risque d'être mal perçu par ses collègues.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les scientifiques ont le devoir moral de communiquer avec un public non-spécialiste sur les implications sociales et éthiques de leur recherche.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Un chercheur dans mon domaine devrait pouvoir résumer de manière compréhensible ses travaux à un public non-spécialiste.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les objets de recherche se définissent par le biais d'enjeux scientifiques, la société n'intervient pas à ce stade.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les bienfaits de la science sont plus importants que les effets nuisibles qu'elle peut avoir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Concevoir des événements de communication scientifique sur un mode ludique est une bonne chose.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

20. Votre profil en bref

3100: Vous êtes...
 Choisissez **une seule option** parmi les suivantes:
 une femme
 un homme

3200: Votre âge:

D. Grille d'entretien

Grille d'entretien

(Entretien semi-directif en face à face, durée : env. 45 minutes.)

Introduction : Soutenu par Anthropos, ce projet mené depuis l'OSPS vise à décrire les modalités d'engagement public des enseignants-chercheurs universitaires. Il ne s'agit pas d'une évaluation, mais bien d'un état des lieux et d'une analyse des pratiques et attitudes des scientifiques dans les différentes facultés de l'UNIL sur la question complexe des relations entre sciences et société. Nous aborderons vos activités de communication en tant qu'enseignant-chercheur, mais aussi des questions plus générales. Au total, une quinzaine d'entretiens exploratoires sont menés avec des chercheurs dans les 7 facultés de l'UNIL, en préparation d'une démarche quantitative.

1. Activités ; communication, dialogue, engagement, relation : définitions

- 1a. D'une manière générale, que signifie la relation entre Science et Société pour vous dans votre domaine ?
- 1b. On parle de « communiquer avec la société », de « dialogue » voire d'« engagement public » des scientifiques. Pour vous, qu'est-ce qui rentre dans ces catégories, quelles sont les différentes manières pour les enseignants-chercheurs de votre faculté d'entrer en relation avec la société ?
- 1c. On attend de plus en plus de la part des scientifiques qu'ils communiquent avec un public large. Quel est votre point de vue sur cette situation ?
(qué est la finalité, le sens de ces efforts selon vous, pour vous et en général)

2. Destinataires ; communication de ses travaux à un public large

- 2a. Quels sont les destinataires de vos travaux de recherche ?
- 2b. Percevez-vous une demande de la part du public ? (demande d'information, de contribution au savoir ?)
- 2c. Dans l'année écoulée, avez-vous entrepris des activités de communication dirigées vers un public large ?
- 2d. Pensez-vous que les connaissances produites dans votre domaine sont diffusables à un public large ? Si oui, comment ?
- 2e. Avez-vous des exemples de « bons » formats de communication science-société (types d'événements) ?

3. Acteurs ; la question de la médiation / délégation

- 3a. Quels sont les « médiateurs » de la communication avec la société dans votre domaine (acteurs ou événements), par quels biais cette communication passe-t-elle ?

- 3b. Selon vous, qui doit se charger de communiquer les connaissances issues de vos recherches à un public large ? (Quelle est la « responsabilité » du chercheur dans ce processus ?)

- 3c. Etes-vous satisfait-e des médiateurs, du contact avec eux, de leur travail ?

4. Motivations et obstacles à la communication

- 4a. Quelles sont les motivations que vous identifiez à une communication avec un public large (de votre côté et dans votre domaine) ?
- 4b. Quels sont les obstacles que vous identifiez à une communication avec un public large (de votre côté et dans votre domaine) ?
- 4c. Selon vous, la communication avec un public large est-elle valorisante, ou valorisée, notamment parmi vos collègues dans la faculté ou à l'université ? (Y a-t-il une différence de valorisation selon les types de relation, d'acteurs, de destinataires ?) Et qu'est-ce qui pourrait favoriser cette valorisation ?
- 4d. Que penseriez-vous si les agences de moyen comme le FNS axaient davantage l'évaluation des dossiers sur cette dimension de communication science-société ?

5. Cultures disciplinaires

- 5a. La question de la communication des connaissances à une population large fait-elle l'objet de discussions dans votre unité ?
- 5b. Avez-vous observé des manières de communiquer à un public large / de s'engager publiquement qui sont différentes parmi vos collègues :
 1. dans votre faculté (voire dans ses sous-domaines) ?
 2. selon l'âge des personnes ?
 3. entre facultés ?

Dernière question : Estimez-vous que nous avons oublié quelque chose d'important ?

E. Tableaux statistiques complets

Tableau I. **Importance de communiquer avec un public non-spécialiste, par sexe, statut et faculté (en % de répondants)**

	Total	H	F		PO, MER	Ch. Cours, PD	PA, MA	Ass, doct	Chef serv., proj.	Ch. Rech., cherch.		Theol	Droit	Lettres	SSP	HEC	GSE	FBM
Très important	46	45	48		48	57	36	43	67	39		36	29	47	46	43	48	50
Assez important	42	43	40		44	35	50	41	21	53		55	42	42	43	35	48	42
Total important	88	88	88		93	92	86	85	88	91		91	71	89	88	78	96	92
Pas très important	10	9	11		6	8	14	13	6	7		5	25	10	10	17	4	7
Pas du tout important	1	2	0.4		1	0	0	2	3	0		5	3	1	1	2	0	1
<i>Ne sait pas</i>	<i>1</i>	<i>1</i>	<i>1</i>		<i>0.4</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>1</i>	<i>3</i>	<i>2</i>		<i>0</i>	<i>2</i>	<i>1</i>	<i>0</i>	<i>4</i>	<i>0</i>	<i>1</i>
	n=810	n=538	n=272		n=244	n=60	n=56	n=351	n=33	n=57		n=22	n=65	n=155	n=147	n=54	n=50	n=311

Source : enquête OSPS-UNIL.

Tableau II. **Relation science-société, par sexe, statut et faculté (en % de répondants)**

	Total	H	F		PO, MER	Ch. Cours, PD	PA, MA	Ass, doct	Chef serv., proj.	Ch. Rech., cherch.		Theol	Droit	Lettres	SSP	HEC	GSE	FBM
J'informe le public sur les résultats trouvés	49	48	53		51	51	43	45	48	74		33	30	55	43	53	43	56
Je débats avec le public	27	29	21		27	33	41	27	26	6		60	49	22	25	26	23	24
Je construis le savoir avec le public	24	23	27		23	16	16	28	26	21		7	22	23	32	21	34	20
	n=510	n=356	n=154		n=176	n=43	n=37	n=192	n=27	n=34		n=15	n=37	n=109	n=100	n=34	n=35	n=174
<i>(Je n'ai pas vraiment de relation directe avec le public non-spécialiste, en pourcent, sur le total du groupe*)</i>	<i>(35)</i>	<i>(31)</i>	<i>(42)</i>		<i>(25)</i>	<i>(27)</i>	<i>(31)</i>	<i>(43)</i>	<i>(18)</i>	<i>(37)</i>		<i>(27)</i>	<i>(40)</i>	<i>(28)</i>	<i>(30)</i>	<i>(33)</i>	<i>(24)</i>	<i>(43)</i>

*Les répondants qui ont indiqué ne pas avoir de relation directe, signalés à la dernière ligne, ont été ôtés des comptages (de même que ceux qui ont répondu « ne sait pas », environ 2%).

Source : enquête OSPS-UNIL.

Tableau III. Rôle dans l'espace public ou dans les médias, par sexe, statut et faculté (en % de répondants)

	Total	H	F		PO, MER	Ch. Cours, PD	PA, MA	Ass, doct	Chef serv., proj.	Ch. Rech., cherch.	Theol	Droit	Lettres	SSP	HEC	GSE	FBM
Plutôt un spécialiste, un expert d'un domaine	76	76	75		78	89	89	63	83	81	86	70	74	70	66	71	81
Plutôt un généraliste qui anime le débat public	5	6	4		4	0	5	8	3	5	0	5	5	4	11	11	4
Les deux	17	17	16		17	11	7	24	14	12	14	23	19	22	20	16	13
Aucun des deux	2	1	4		1	0	0	5	0	2	0	2	2	4	3	3	2
	n=585	n=418	n=167		n=224	n=55	n=44	n=185	n=29	n=42	n=14	n=43	n=113	n=104	n=35	n=38	n=232

Sans les répondants qui ont choisi « ne s'applique pas à moi » (un gros cinquième de l'échantillon).

Source : enquête OSPS-UNIL.

Tableau IV. Attitudes des enseignants-chercheurs, par sexe, statut et faculté (en % de répondants)

	Tous	H	F	PO, MER	Ch. cours, PD	PA, MA	Ass. doct	Chef serv., proj.	Ch. rech. cherch.	Theol	Droit	Lettres	SSP	HEC	GSE	FBM	
1. Les bienfaits de la science sont plus importants que les effets nuisibles qu'elle peut avoir.	tout à fait d'acc.	11	12	10	12	10	18	10	6	11	9	5	12	6	15	8	15
	plutôt d'acc.	25	27	21	31	23	11	23	18	30	9	18	19	17	33	22	32
	total d'acc.	36	38	31	43	33	29	33	24	40	18	23	31	23	48	30	48
	ni ni	28	28	26	27	37	23	27	27	32	27	32	26	32	22	30	27
	pl. pas, pas du tt	26	24	30	20	22	41	29	30	19	36	28	23	33	19	28	23
ne sait pas	11	9	13	10	8	7	11	18	9	18	17	21	12	11	12	3	
2. Les objets de recherche se définissent par le biais d'enjeux scientifiques, la société n'intervient pas à ce stade.	tout à fait d'acc.	7	7	7	10	3	7	5	3	7	0	5	11	5	6	8	6
	plutôt d'acc.	19	21	16	21	13	27	18	12	23	9	17	30	16	15	20	17
	total d'acc.	26	28	22	31	17	34	23	15	30	9	22	41	22	20	28	23
	ni ni	19	19	18	20	27	11	19	15	12	18	15	14	16	24	16	22
	pl. pas, pas du tt	49	48	52	46	52	54	48	67	53	68	54	39	54	46	50	49
ne sait pas	7	6	8	3	5	2	10	3	5	5	9	6	8	9	6	5	
3. Il est possible de faire un lien entre mes recherches et les préoccupations de tous les jours des gens.	tout à fait d'acc.	36	38	31	40	45	45	30	52	26	32	20	24	52	44	32	36
	plutôt d'acc.	32	31	33	37	35	21	28	33	42	27	25	35	31	22	36	33
	total d'acc.	68	69	64	77	80	66	58	85	68	59	45	59	83	67	68	69
	ni ni	13	14	13	11	10	16	16	0	14	14	17	18	10	13	12	13
	pl. pas, pas du tt	16	15	19	10	10	16	22	12	16	27	35	18	7	11	20	15
ne sait pas	3	2	3	2	0	2	4	3	2	0	3	5	1	9	0	2	
4. Un chercheur dans mon domaine devrait pouvoir résumer de manière compréhensible ses travaux à un public non-spécialiste.	tout à fait d'acc.	53	53	54	60	60	57	50	45	37	59	43	52	56	41	58	54
	plutôt d'acc.	34	34	34	32	28	34	33	42	53	18	37	32	36	35	28	36
	total d'acc.	87	87	88	91	88	91	83	88	89	77	80	85	92	76	86	90
	ni ni	7	7	8	5	8	4	8	3	11	9	11	8	5	9	8	6
	pl. pas, pas du tt	4	5	4	2	2	5	7	6	0	14	8	5	2	9	6	3
ne sait pas	1	2	1	1	2	0	2	3	0	0	2	2	1	6	0	1	
5. Dans mon domaine, un scientifique qui communique beaucoup et est très présent dans l'espace public risque d'être mal perçu par ses collègues.	tout à fait d'acc.	4	4	2	5	7	5	2	0	5	0	5	3	5	4	8	3
	plutôt d'acc.	21	21	21	24	30	30	16	27	21	23	17	15	26	9	22	23
	total d'acc.	25	26	23	29	37	36	18	27	26	23	22	18	31	13	30	26
	ni ni	19	20	18	21	15	16	19	24	19	18	23	23	23	24	18	14
	pl. pas, pas du tt	47	46	50	44	38	39	52	42	49	55	37	49	39	50	44	52
ne sait pas	9	9	9	6	10	9	11	6	5	5	18	10	7	13	8	7	
6. Concevoir des événements de communication scientifique sur un mode ludique est une bonne chose.	tout à fait d'acc.	29	25	35	21	30	23	34	33	30	27	14	25	30	31	20	34
	plutôt d'acc.	44	47	38	52	48	39	38	42	51	41	43	35	38	46	50	51
	total d'acc.	73	72	74	74	78	63	71	76	81	68	57	59	68	78	70	85
	ni ni	16	14	19	16	12	27	15	15	11	18	18	23	20	13	14	10
	pl. pas, pas du tt	7	8	4	7	3	9	7	3	5	0	18	12	8	2	10	2
ne sait pas	5	5	4	3	7	2	6	6	4	14	6	6	4	7	6	3	
7. Les scientifiques ont le devoir moral de communiquer avec un public non-spécialiste sur les implications sociales et éthiques de leur recherche.	tout à fait d'acc.	40	41	38	40	42	43	38	45	44	45	29	41	44	31	40	42
	plutôt d'acc.	40	39	42	45	38	34	38	36	39	36	35	38	37	35	44	43
	total d'acc.	80	80	80	85	80	77	76	82	82	82	65	79	81	67	84	85
	ni ni	12	11	12	10	12	18	13	6	11	9	18	12	12	22	6	9
	pl. pas, pas du tt	6	6	7	5	7	4	8	3	7	10	11	8	5	6	8	5
ne sait pas	2	3	1	1	2	2	3	9	0	0	6	2	2	6	2	1	
	n=810	n=538	n=272	n=244	n=60	n=56	n=351	n=33	n=57	n=22	n=65	n=155	n=147	n=54	n=50	n=311	

Source : enquête OSPS-UNIL.

Tableau V. **Activités de communication envers un public non-spécialiste, par sexe, statut et faculté (en % des répondants qui ont entrepris au moins une fois l'activité, moyenne du nombre d'activités et écart-type par groupes)**

	Total	H	F	PO, MER	Ch. cours, PD	PA, MA	Ass, doct	Chef serv., proj.	Ch. rech., cherch.	Theol	Droit	Lettres	SSP	HEC	GSE	FBM
Intervention dans formation continue à public hors-UNIL	46.8	52	36	64	75	52	27	76	40	50	58	39	48	43	38	50
Conférence publique, cours public, intervention dans grand débat	46.5	51	37	68	63	59	30	58	28	59	43	59	46	50	52	39
Rédaction article dans magazine scientifique grand public	40	42	35	54	58	43	27	42	35	36	35	37	44	41	42	40
Interview dans quotidien ou magazine grand public	37	44	24	62	68	48	15	48	25	41	32	35	40	35	32	38
Participation événement d'information scientifique hors-UNIL	34	36	30	47	45	34	24	30	33	32	37	32	29	44	34	34
Participation émission TV ou radio	33	41	18	57	52	45	13	42	16	45	28	35	30	35	28	34
Intervention devant commission hors-UNIL	27	33	16	45	37	30	14	39	18	27	32	17	27	35	26	30
(Co-)rédaction ouvrage ou chapitre de vulgarisation	25	28	20	35	27	25	16	42	26	50	22	33	24	26	26	20
Intervention devant association, ONG, groupe d'intérêt	23.3	28	14	33	33	30	15	27	18	23	34	17	26	30	24	21
Communication résultats envers public large via site Internet	22.7	25	17	34	28	25	13	36	21	27	15	23	22	24	32	22
Intervention dans école (gymnase, secondaire, primaire)	21	22	19	23	30	20	19	21	16	27	12	34	16	17	20	19
Rédaction communiqué de presse	20	25	11	39	25	14	8	18	18	14	11	23	14	15	24	24
Participation active Portes ouvertes 2006 ou 2007	16	16	15	20	12	14	14	3	19	23	14	12	7	4	22	23
Intervention dans café scientifique	14	16	11	18	17	16	13	12	5	27	22	14	16	15	10	13
Visite guidée dans ou collaboration avec musée	9	9	8	11	5	7	9	0	12	5	9	21	3	2	12	7
Proposition activité dans Passeport vacances UNIL	4	4	3	5	2	4	3	6	4	0	6	2	2	0	2	7
Participation journée des parlementaires à l'UNIL	3	3	3	5	0	0	2	3	2	5	2	3	4	2	8	2
Autres (non-ventilables)	1	1	1	1	0	0	1	9	0	0	0	2	1	2	4	0.3
	n=810	n=538	n=272	n=244	n=60	n=56	n=351	n=33	n=57	n=22	n=65	n=155	n=147	n=54	n=50	n=311
<i>Moyenne d'activités par personne</i>	7.6	8.8	5.2	11.9	10.7	9.0	4.3	9.4	5.3	9.4	7.0	8.2	7.2	7.8	6.9	7.7
<i>Ecart-type</i>	7.70	8.30	5.62	8.59	8.26	7.79	5.37	6.89	4.84	10.47	7.36	7.79	7.31	7.84	5.63	8.01
<i>Pourcentage d'« inactifs » 2006-2007</i>	12	10	15	4	2	9	21	3	11	9	15	10	11	14.8	6	13

Source : enquête OSPS-UNIL.

Tableau Vbis. **Activités de communication large, par sexe, statut et faculté (moyenne du nombre d'activité, écart-type)**

	Total	H	F	PO, MER	Ch. cours, PD	PA, MA	Ass, doct	Chef serv., proj.	Ch. rech., cherch.	Theol	Droit	Lettres	SSP	HEC	GSE	FBM
Intervention dans formation continue à public hors-UNIL	0.96 1.28	1.12 1.35	0.65 1.07	1.44 1.41	1.60 1.34	1.08 1.26	0.50 0.98	1.62 1.52	0.61 0.93	1.11 1.38	1.28 1.35	0.77 1.18	0.93 1.22	0.79 1.16	0.62 0.97	1.09 1.37
Conférence publique, cours public, intervention dans grand débat	0.94 1.25	1.07 1.31	0.68 1.07	1.45 1.36	1.23 1.33	1.58 1.60	0.51 0.92	0.89 1.03	0.60 1.14	1.61 1.71	0.85 1.27	1.25 1.31	0.91 1.25	1.08 1.35	1.06 1.33	0.73 1.11
Rédaction article dans magazine scientifique grand public	0.67 1.0	0.77 1.09	0.47 0.76	0.98 1.16	1.01 1.11	0.86 1.14	0.40 0.76	0.70 0.96	0.59 0.96	0.77 1.21	0.61 0.98	0.67 1.04	0.64 0.86	0.71 1.04	0.81 1.19	0.68 1.01
Interview dans quotidien ou magazine grand public	0.75 1.18	0.92 1.27	0.40 0.86	1.31 1.33	1.38 1.39	1.05 1.40	0.23 0.65	1.12 1.28	0.48 1.01	1.02 1.49	0.65 1.12	0.62 1.01	0.87 1.29	0.74 1.20	0.50 0.85	0.80 1.23
Participation événement d'information scientifique hors-UNIL	0.60 1.03	0.66 1.08	0.49 0.90	0.90 1.20	0.93 1.29	0.58 0.97	0.38 0.82	0.53 1.06	0.49 0.81	0.52 1.01	0.62 1.01	0.60 1.07	0.52 0.94	0.75 1.03	0.49 0.85	0.64 1.08
Participation émission TV ou radio	0.61 1.07	0.77 1.17	0.30 0.75	1.14 1.30	0.84 1.13	0.85 1.18	0.21 0.64	0.88 1.36	0.24 0.62	0.93 1.32	0.44 0.85	0.62 1.03	0.67 1.22	0.77 1.22	0.46 0.84	0.59 1.04
Intervention devant commission hors-UNIL	0.53 1.06	0.66 1.15	0.28 0.78	0.94 1.30	0.84 1.31	0.55 0.97	0.23 0.74	0.80 1.22	0.23 0.56	0.61 1.25	0.60 1.04	0.38 0.97	0.45 0.92	0.69 1.15	0.41 0.90	0.63 1.16
(Co-)rédaction ouvrage ou chapitre de vulgarisation	0.34 0.69	0.38 0.73	0.26 0.61	0.51 0.83	0.34 0.65	0.30 0.59	0.21 0.57	0.56 0.78	0.37 0.71	0.84 1.11	0.24 0.49	0.47 0.82	0.32 0.65	0.29 0.53	0.32 0.61	0.28 0.66
Intervention devant association, ONG, groupe d'intérêt	0.41 0.90	0.51 0.99	0.22 0.63	0.62 1.09	0.63 1.11	0.55 1.01	0.22 0.64	0.50 0.99	0.31 0.79	0.36 0.77	0.62 1.11	0.35 0.92	0.42 0.85	0.44 0.83	0.30 0.61	0.41 0.93
Communication résultats envers public large via site Internet	0.41 0.91	0.47 0.96	0.31 0.81	0.66 1.13	0.46 0.84	0.44 0.90	0.23 0.71	0.59 0.99	0.37 0.89	0.41 0.78	0.20 0.53	0.50 1.08	0.37 0.83	0.55 1.13	0.53 0.94	0.38 0.88
Intervention dans école (gymnase, secondaire, primaire)	0.41 0.97	0.42 0.98	0.38 0.96	0.42 0.92	0.55 1.09	0.41 1.01	0.40 1.02	0.49 1.11	0.24 0.68	0.41 0.91	0.24 0.79	0.65 1.15	0.36 0.98	0.42 1.11	0.38 0.99	0.35 0.88
Rédaction communiqué de presse	0.31 0.73	0.37 0.77	0.18 0.64	0.61 0.96	0.38 0.80	0.20 0.55	0.13 0.53	0.23 0.55	0.20 0.48	0.14 0.35	0.11 0.31	0.42 0.95	0.18 0.50	0.29 0.80	0.30 0.61	0.38 0.78
Participation active Portes ouvertes 2006 ou 2007	0.19 0.51	0.19 0.49	0.19 0.55	0.25 0.56	0.12 0.32	0.17 0.46	0.17 0.49	0.12 0.70	0.22 0.52	0.23 0.43	0.16 0.44	0.14 0.45	0.09 0.32	0.04 0.19	0.25 0.52	0.30 0.64
Intervention dans café scientifique	0.23 0.66	0.26 0.69	0.17 0.60	0.29 0.74	0.19 0.47	0.24 0.63	0.21 0.69	0.17 0.51	0.11 0.48	0.34 0.64	0.22 0.41	0.27 0.79	0.31 0.87	0.23 0.69	0.10 0.30	0.18 0.56
Visite guidée dans ou collaboration avec musée	0.17 0.66	0.18 0.67	0.15 0.63	0.22 0.75	0.15 0.73	0.13 0.57	0.16 0.62	0 -	0.23 0.67	0.05 0.21	0.12 0.40	0.44 1.02	0.08 0.48	0.02 0.14	0.15 0.45	0.14 0.61

En gras : moyenne du nombre d'activités. En petits caractères : écart-type. Sans les activités plus marginales, ayant une moyenne sur l'ensemble de l'UNIL inférieure à 0.10.

Source : enquête OSPS-UNIL.

Tableau VI. **Activités de communication scientifique dirigée vers les pairs, par sexe, statut et faculté (en % des répondants qui ont entrepris au moins une fois l'activité)**

	Tous oui	H	F	PO, MER	Ch. cours, PD	PA, MA	Ass, doct	Chef serv., proj.	Ch. rech., cherch.	Theol	Droit	Lettres	SSP	HEC	GSE	FBM
Articles dans revues scient. expertisées	70.1	74	61	90	87	86	52	91	56	59	55	61	67	59	60	84
Interventions lors de colloques scientifiques	69.9	74	61	88	83	86	54	85	53	77	48	70	75	63	56	75
Contribution aux actes d'un colloque	57	60	50	77	72	59	42	64	40	50	48	70	53	44	66	55
Rapports scientifiques	48	52	41	64	62	43	32	79	56	27	55	42	40	44	48	56
Articles dans revues scient. non-expertisées	36	41	27	57	60	38	19	48	23	27	26	37	39	35	36	37
Chapitres de livres	33	38	24	54	48	48	15	45	21	50	28	27	47	28	32	31
Livres	14	16	10	26	13	29	5	9	11	32	22	28	20	4	2	5
Dépôts de brevets	3	3	2	5	5	2	1	0	4	0	0	1	0	2	0	6
	n=810	n=538	n=272	n=244	n=60	n=56	n=351	n=33	n=57	n=22	n=65	n=155	n=147	n=54	n=50	n=311
<i>Moyenne d'activités par personne</i>	<i>7.1</i>	<i>8</i>	<i>5.4</i>	<i>11.4</i>	<i>10.4</i>	<i>8.4</i>	<i>3.7</i>	<i>9.1</i>	<i>5.1</i>	<i>6.6</i>	<i>5.3</i>	<i>6.6</i>	<i>6.5</i>	<i>5.3</i>	<i>6</i>	<i>8.7</i>
<i>Pourcentage d'« inactifs » 2006-2007</i>	<i>10</i>	<i>8</i>	<i>14</i>	<i>2</i>	<i>1.7</i>	<i>1.8</i>	<i>19</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>9</i>	<i>15</i>	<i>8</i>	<i>12</i>	<i>19</i>	<i>10</i>	<i>7</i>

Source : enquête OSPS-UNIL.

Tableau VII. **Importance des destinataires, par sexe, statut et faculté (en % de répondants)**

	Total	H	F	PO, MER	h. cours, PD	PA, MA	Ass. doct	Chef serv., proj.	Ch. rech. cherch.	Theol	Droit	Lettres	SSP	HEC	GSE	FBM	
Enfants et jeunes (à l'extérieur de l'UNIL)	très imp.	25	24	27	26	28	27	23	24	25	5	9	29	23	17	30	29
	plutôt imp.	33	32	35	33	33	41	35	24	23	55	25	37	37	15	36	33
	total imp.	58	56	63	59	62	68	58	48	47	59	34	66	60	31	66	62
	total pas imp. ne sait pas	39 3	41 3	35 3	38 3	38 0	30 2	38 4	52 0	51 2	36 5	62 5	30 4	35 5	67 2	30 4	37 1
Enseignants (gymnase, école secondaire ou primaire)	très imp.	33	32	35	38	27	41	30	27	28	41	9	50	33	15	38	31
	plutôt imp.	39	38	40	41	48	39	36	33	37	45	22	38	40	33	42	42
	total imp.	71	70	75	79	75	80	66	61	65	86	31	88	73	48	80	72
	total pas imp. ne sait pas	27 2	29 1	22 3	21 0.4	25 0	18 2	30 4	39 0	35 0	9 5	65 5	10 2	25 2	48 4	16 4	27 1
Public non-spécialiste au sens large, 'homme de la rue'	très imp.	25	24	28	23	27	30	26	30	16	27	11	25	31	13	28	27
	plutôt imp.	47	50	40	54	43	36	42	52	53	45	38	41	45	52	46	50
	total imp.	71	74	67	77	70	66	68	82	68	73	49	66	76	65	74	77
	total pas imp. ne sait pas	26 2	25 1	29 3	22 0.4	30 0	32 2	28 4	18 0	30 2	27 0	48 3	32 2	23 1	31 4	22 4	21 2
Décideurs, politiques	très imp.	50	51	48	50	57	43	46	67	56	41	40	39	48	46	58	58
	plutôt imp.	34	33	36	38	30	45	33	27	30	36	37	35	39	39	32	31
	total imp.	84	84	84	89	87	88	79	94	86	77	77	74	87	85	90	88
	total pas imp. ne sait pas	14 2	14 1	14 2	9 2	13 0	13 0	19 2	6 0	12 2	14 9	18 5	25 2	12 1	13 2	8 2	11 0.3
Membres de commissions d'experts (extérieures à l'université)	très imp.	43	42	44	40	45	46	43	48	39	18	42	34	41	56	44	46
	plutôt imp.	39	39	38	45	42	34	35	33	46	45	43	41	38	28	44	39
	total imp.	82	82	82	85	87	80	78	82	84	64	85	75	80	83	88	85
	total pas imp. ne sait pas	14 4	15 3	12 6	10 5	13 0	18 2	17 5	15 3	11 5	14 23	8 8	19 5	16 4	17 0	6 6	13 2
Milieux professionnels liés à mon domaine	très imp.	69	69	67	69	68	77	65	73	79	59	68	71	69	78	78	65
	plutôt imp.	23	22	26	21	28	16	25	18	19	27	25	19	21	11	20	29
	total imp.	92	91	93	91	97	93	90	91	98	86	92	90	90	89	98	93
	total pas imp. ne sait pas	6 2	7 2	4 2	7 3	3 0	5 2	7 2	9 0	2 0	14 0	5 3	8 3	6 4	9 2	2 0	6 1
Milieux économiques, industrie	très imp.	23	23	24	25	23	21	22	21	32	0	18	10	18	59	32	27
	plutôt imp.	37	38	34	35	42	34	36	39	44	23	40	26	34	30	38	44
	total imp.	60	61	57	60	65	55	57	61	75	23	58	37	52	89	70	71
	total pas imp. ne sait pas	37 3	37 2	39 4	36 4	33 2	45 0	40 3	39 0	23 2	73 5	37 5	59 4	44 3	9 2	28 2	27 1
Médias, journalistes	très imp.	37	38	35	41	45	39	32	42	35	41	18	39	37	40	38	38
	plutôt imp.	42	41	43	44	35	48	39	48	46	32	37	43	42	35	46	43
	total imp.	79	79	78	85	80	88	71	91	81	73	55	82	80	74	86	81
	total pas imp. ne sait pas	20 2	20 2	20 2	13 2	17 3	13 0	27 2	6 3	19 0	23 5	42 3	17 1	18 2	26 0	8 6	17 2
Associations, syndicats, groupes d'intérêt	très imp.	20	18	22	16	13	27	21	30	18	9	11	12	36	24	28	15
	plutôt imp.	38	39	36	38	38	39	39	21	39	27	40	35	41	39	42	37
	total imp.	57	57	57	54	52	66	60	52	56	36	51	46	78	63	70	52
	total pas imp. ne sait pas	38 5	38 5	37 6	38 8	47 2	30 4	35 5	45 3	42 2	50 14	42 8	48 6	20 2	33 4	20 10	43 5
	n=810	n=538	n=272	n=244	n=60	n=56	n=351	n=33	n=57	n=22	n=65	n=155	n=147	n=54	n=50	n=311	

Source : enquête OSPS-UNIL

Tableau VIII. Motivations pour la communication envers un public non-spécialiste, par sexe, statut et faculté (en % des répondants)

	Tous	H	F	PO, MER	Ch. cours, PD	PA, MA	Ass, doct	Chef serv., proj.	Ch. rech., cherch.	Theol	Droit	Lettres	SSP	HEC	GSE	FBM
<i>PAS de motivations</i>	3	3	4	2	3	0	5	6	2	0	14	3	1	4	2	3
Informers les gens, les renseigner	70	70	71	70	80	70	69	73	74	77	60	72	73	59	58	74
Contribuer au débat public sur la science	42	41	44	39	37	57	44	36	35	27	34	34	55	46	44	41
Conscientiser les gens, leur donner les moyens de façonner le monde	41	40	44	38	35	41	44	45	44	55	28	45	52	30	56	35
Plaisir, envie personnelle	40	40	39	33	35	43	46	27	37	14	37	43	41	31	60	37
Renforcer l'image de ma faculté ou unité	30	34	23	39	45	34	22	30	25	23	23	30	27	46	28	32
Inspirer des vocations, drainer étudiants	28.4	27	32	28	35	38	28	9	28	27	6	37	22	33	38	29
Cela fait simplement partie de notre travail	28.0	30	23	37	32	34	21	42	14	32	12	28	33	28	30	28
Prestation de service à ceux qui nous financent	27	28	25	30	37	27	21	42	37	32	25	23	26	30	28	30
Drainer des fonds de recherche	25	24	28	20	38	32	25	30	26	5	18	27	18	17	12	34
Renforcer l'image de l'UNIL	24	28	17	39	28	30	13	21	19	14	18	22	23	33	24	25
Utilité pour ma carrière académique	18	17	21	10	13	18	25	9	18	23	23	20	18	24	24	14
Les collègues de mon unité le font	1	2	1	2	3	0	2	0	0	0	0	1	1	2	2	2
Autres (non-ventilables)	0.4	0.4	0.4	0	2	0	0.6	0	0	0	0	0	1	0	0	0.3
	n=810	n=538	n=272	n=244	n=60	n=56	n=351	n=33	n=57	n=22	n=65	n=155	n=147	n=54	n=50	n=311

Source : enquête OSPS-UNIL.

Tableau IX. **Obstacles à la communication envers un public non-spécialiste, par sexe, statut et faculté (en % des répondants)**

	Tous	H	F	PO, MER	Ch. cours, PD	PA, MA	Ass, doct	Chef serv., proj.	Ch. rech., cherch.	Theol	Droit	Lettres	SSP	HEC	GSE	FBM
<i>PAS d'obstacles</i>	24	28	16	29	28	21	21	18	23	18	16	30	15	28	18	28
Cela prend trop de temps	34	35	32	41	32	43	30	52	21	41	20	34	41	30	34	34
Ce n'est pas valorisé dans le CV	19	20	17	22	18	27	15	36	21	18	8	14	21	22	30	21
Mes recherches n'intéressent pas le public non-spécialiste	18	16	20	15	10	14	23	0	19	18	39	21	15	13	20	13
Dans mon travail, je ne cherche pas la lumière des projecteurs	17	16	19	17	17	20	17	18	18	0	23	12	27	11	14	16
Mes résultats pourraient être travestis, mal-utilisés (médias, politiques)	15	17	12	12	20	18	16	27	14	14	23	6	29	13	6	14
Je n'ai pas les compétences pour le faire	11	8	15	7	10	9	14	15	4	5	2	7	15	6	16	13
Manque d'argent, l'argent doit être utilisé pour la recherche	8	7	9	5	7	5	8	18	9	5	3	13	4	9	12	6
Cela ne fait pas partie de mon travail	7.4	6	10	3	8	4	10	12	9	14	16	5	7	4	8	8
Le français n'est pas ma première langue	6.6	6	7	6	8	13	7	3	2	9	6	8	6	11	4	5
Les gens n'auraient pas les moyens de comprendre	6	6	7	3	5	2	9	6	5	5	8	3	4	11	4	7
Mes collègues ne le verraient pas d'un très bon oeil	5	5	5	4	8	7	4	3	5	5	6	5	3	7	2	5
La suite de ma carrière se profile ailleurs qu'à l'UNIL	3.8	4	4	0	2	4	7	6	4	9	8	5	3	4	10	1
Les collègues dans mon unité ne le font pas	3.7	4	4	1	3	2	6	0	7	0	3	3	3	6	6	4
Autres (non-ventilables)	3	3	3	3	3	0	3	3	4	5	5	2	3	2	2	3
	n=810	n=537	n=271	n=243	n=60	n=56	n=350	n=33	n=57	n=22	n=64	n=155	n=147	n=54	n=50	n=310

Source : enquête OSPS-UNIL.

Tableau X. **Importance des médiateurs, par sexe, statut et faculté (en % de répondants)**

		Tous	H	F	PO, MER	Ch. cours, PD	PA, MA	Ass, doct	Chef serv., proj.	Ch. rech., cherch.	Theol	Droit	Lettres	SSP	HEC	GSE	FBM
Médias, journalistes	total imp.*	60	60	61	66	62	66	54	70	68	68	37	65	67	65	66	57
	total pas imp.	22	24	19	24	27	21	23	15	12	14	34	33	18	26	14	23
	ne sait pas	17	16	19	10	12	13	24	15	19	18	29	12	14	9	20	20
UNICOM	total imp.*	41	40	44	50	25	32	39	42	44	50	34	50	48	35	38	36
	total pas imp.	29	32	22	31	33	39	24	30	30	23	26	30	27	41	38	27
	ne sait pas	30	28	33	19	42	29	36	27	26	27	40	20	25	24	24	37
Service de communication faculté ou unité	total imp.*	34	32	39	38	30	29	33	30	35	32	26	33	31	44	28	36
	total pas imp.	35	40	24	41	30	39	30	36	33	32	34	40	40	35	44	29
	ne sait pas	31	29	37	21	40	32	37	33	32	36	40	27	29	20	28	35
Interface sciences-société	total imp.*	28.6	26	33	28	27	21	29	21	40	23	22	22	32	22	26	33
	total pas imp.	39	42	33	45	28	50	35	48	33	32	34	49	41	50	42	32
	ne sait pas	32	32	34	27	45	29	36	30	26	45	45	29	27	28	32	35
Fondations extérieures	total imp.*	28.5	26	33	27	33	21	30	18	35	23	18	21	31	20	30	34
	total pas imp.	37	39	33	44	27	43	32	52	33	32	40	44	41	48	38	30
	ne sait pas	34	35	33	29	40	36	38	30	32	45	42	35	29	31	32	36
Musées	total imp.*	27	24	32	23	17	14	33	21	37	23	15	41	24	7	36	26
	total pas imp.	45	48	40	55	45	52	37	55	42	55	46	35	40	65	42	44
	ne sait pas	28	28	28	23	38	34	30	24	21	23	38	24	26	28	22	30
		n=810	n=538	n=272	n=244	n=60	n=56	n=351	n=33	n=57	n=22	n=65	n=155	n=147	n=54	n=50	n=311

*Taux cumulé de « très » et « plutôt important ».

Source : enquête OSPS-UNIL.

Tableau XI. **UNICOM : degré de familiarité et satisfaction, par sexe, statut et faculté (en % de répondants)**

	Tous	H	F		PO, MER	Ch. cours, PD	PA, MA	Ass, doct	Chef serv., proj.	Ch. rech., cherch.	Theol	Droit	Lettres	SSP	HEC	GSE	FBM
Degré de familiarité avec UNICOM																	
Ne connaissait pas ce nom avant cette enquête	34	36	31		28 8*	72 53*	16 18*	32 22*	58 23*	30 24*	18	26	15	19	20	20	58
Entendu parler mais ne connaît pas activités	17	14	22		14 13*	17 33*	11 9*	21 23*	3 8*	14 13*	14	25	15	14	28	24	15
Connaît service mais jamais collaboré avec	27	27	27		22 27*	5 0*	48 47*	31 35*	12 15*	35 32*	23	37	30	37	28	30	19
Déjà collaboré avec UNICOM	22	23	20		36 52*	7 13*	25 27*	15 20*	27 54*	21 32*	45	12	40	30	24	26	8
	n=810	n=538	n=272		n=244 n=136*	n=60 n=15*	n=56 n=45*	n=351 n=249*	n=33 n=13*	n=57 n=38*	n=22	n=65	n=155	n=147	n=54	n=50	n=311

*Sans les répondants de la FBM, dont 73% ne connaissent pas les activités voire le nom d'UNICOM.

Satisfaction avec UNICOM**																	
Très satisfait	20	20	20		18	0	21	20	22	33	20	25	18	23	23	23	20
Plutôt satisfait	56	56	56		57	100	50	56	33	58	40	50	65	52	46	46	64
Plutôt pas satisfait	15	17	9		14	0	21	17	22	0	40	0	13	14	15	23	8
Pas du tout satisfait	2	2	2		2	0	7	2	0	0	0	13	0	2	0	8	4
Ne sait pas	6	4	11		7	0	0	6	11	8	0	0	5	9	15	0	0
« Ne s'applique pas à moi »	1	1	2		1	0	0	0	11	0	0	13	0	0	0	0	4
	n=179	n=126	n=54		n=87	n=4	n=14	n=54	n=9	n=12	n=10	n=8	n=62	n=44	n=13	n=13	n=25

**Seulement personnes qui ont déjà collaboré avec UNICOM (=179) car pour les autres groupes les « ne sait pas » et « ne s'applique pas à moi » représentent 80% ou plus des répondants.

Source : enquête OSPS-UNIL.

Tableau XII. Sollicitation par les journalistes : nombre, acceptation et biais, par sexe, statut et faculté

	Tous	H	F		PO, MER	Ch. cours, PD	PA, MA	Ass, doct	Chef serv., proj.	Ch. rech., cherch.	Theol	Droit	Lettres	SSP	HEC	GSE	FBM
Sollicitation par les journalistes*																	
Total des sollicitations 2006-2007**	1992	1661	331		1198	232	171	237	99	52	112	134	354	462	154	64	698
Total des acceptations 2006-2007**	1465	1209	256		840	176	132	186	82	47	80	102	268	312	106	51	540
Sollicitations 2006-2007 par personne (moy)	2.5	3.1	1.2		4.9	3.9	3.1	0.7	3.0	0.9	5.1	2.1	2.3	3.1	2.9	1.3	2.2
Acceptations 2006-2007 par personne (moy)	1.8	2.3	0.9		3.4	2.9	2.4	0.5	2.5	0.8	3.6	1.6	1.7	2.1	2.0	1.0	1.7
Exprimé en %***	74	73	77		70	76	77	78	83	90	71	76	76	68	69	80	77
Part de personnes jamais sollicitées en 2006-2007	46	39	59		19	17	30	71	24	56	23	54	45	42	48	48	47

* Tous médias confondus, directe ou via un tiers. Sont incluses les personnes qui n'ont eu aucune sollicitation (et donc aucune acceptation).

**Ce total ne se réfère pas à l'ensemble des enseignants-chercheurs UNIL mais seulement aux répondants à l'enquête.

***Calculé en divisant le total des acceptations par le total des sollicitations pour le groupe concerné.

Biais de la sollicitation par les médias																		
Directement	souvent	36	43	23		57	65	52	15	61	26	50	35	37	38	35	26	36
	rarement	17	17	15		24	13	23	11	15	18	18	6	19	20	17	18	16
	jamais	13	13	15		10	8	5	17	9	18	14	18	10	9	15	14	16
	ne s'applique pas à moi	34	27	47		9	13	20	57	15	39	18	40	34	33	33	42	33
Via Unicom	souvent	2	2	2		5	0	4	0.3	3	2	0	2	4	3	0	8	0.3
	rarement	9	10	7		20	2	11	4	3	4	14	3	11	18	15	6	4
	jamais	49	53	41		61	65	60	36	61	53	59	52	48	40	48	40	55
	ne s'applique pas à moi	40	34	50		14	33	27	60	33	42	27	43	37	39	37	46	41
Via un service spécialisé faculté / unité	souvent	4	4	3		6	8	5	3	0	0	14	6	2	1	2	4	6
	rarement	15	17	11		26	23	14	6	15	14	18	18	11	8	26	18	17
	jamais	41	44	36		52	38	55	31	52	44	41	35	48	48	33	34	39
	ne s'applique pas à moi	40	35	50		16	30	25	60	33	42	27	40	39	43	39	44	38
	n=810	n=538	n=272		n=244	n=60	n=56	n=351	n=33	n=57	n=22	n=65	n=155	n=147	n=54	n=50	n=311	

Source : enquête OSPS-UNIL.

Tableau XIII. **Contacteur les médias à la fin d'une recherche, par sexe, statut et faculté (en % de répondants)**

	Tous	H	F	PO, MER	Ch. cours, PD	PA, MA	Ass, doct	Chef serv., proj.	Ch. rech., cherch.	Theol	Droit	Lettres	SSP	HEC	GSE	FBM
En général oui	10	10	9	11	8	2	8	19	17	24	9	13	16	11	8	5
Souvent	10	10	9	12	6	7	8	11	8	12	0	19	11	14	12	6
Rarement	21	24	15	30	22	28	11	7	17	12	23	18	23	22	8	24
Non, en général pas	59	56	68	46	63	63	73	63	58	53	69	51	50	53	73	64
	n=552	n=392	n=160	n=219	n=49	n=46	n=171	n=27	n=36	n=17	n=35	n=95	n=101	n=36	n=26	n=237
<i>(Part de personnes qui ne se sentent pas concernées, en pourcent, sur le total du groupe*)</i>	<i>(32)</i>	<i>(27)</i>	<i>(41)</i>	<i>(10)</i>	<i>(18)</i>	<i>(18)</i>	<i>(51)</i>	<i>(18)</i>	<i>(37)</i>	<i>(23)</i>	<i>(46)</i>	<i>(39)</i>	<i>(31)</i>	<i>(33)</i>	<i>(48)</i>	<i>(24)</i>

*Ces personnes ne sont pas incluses dans les comptages.

Source : enquête OSPS-UNIL.

Tableau XIV. Mesures d'encouragement à la communication envers un public non-spécialiste, par sexe, statut et faculté (en % de répondants)

	Tous	H	F	PO, MER	Ch. cours, PD	PA, MA	Ass, doct	Chef serv., proj.	Ch. rech., cherch.	Theol	Droit	Lettres	SSP	HEC	GSE	FBM
Politique plus active en la matière de la part de ma faculté ou de mon unité	oui, certainement 43 total oui 70 total non 17 <i>nsp, pas moi</i> 13	24 44 68 18 13	31 41 72 15 13	21 46 67 23 9	20 52 72 15 13	25 52 77 18 5	30 38 68 16 16	27 45 72 12 15	32 49 81 11 9	18 45 64 23 14	22 34 55 26 18	19 46 65 21 14	31 39 69 16 14	24 39 63 22 15	42 42 84 12 4	28 47 75 14 11
Allocation de moyens financiers spécifiques	oui, certainement 40 total oui 66 total non 22 <i>nsp, pas moi</i> 12	24 41 65 24 12	29 39 68 18 14	19 42 61 30 10	25 38 63 27 10	20 50 70 26 4	29 39 68 16 16	48 21 69 18 12	30 46 76 18 7	32 32 64 27 9	12 35 48 32 20	28 43 71 19 10	31 37 67 20 13	22 41 63 20 17	20 54 74 10 16	25 40 65 24 11
Politique plus active en la matière de la part de la direction de l'UNIL	oui, certainement 42 total oui 63 total non 22 <i>nsp, pas moi</i> 16	19 43 62 22 16	25 39 64 21 15	19 48 67 21 11	20 40 60 18 22	20 48 68 25 7	21 37 58 22 19	27 36 63 24 12	26 39 65 23 12	18 36 54 32 14	17 28 45 34 22	15 45 60 23 17	19 46 65 20 16	24 37 61 22 17	24 46 70 20 10	25 41 67 19 14
Heures de décharge pour les personnes qui le font	oui, certainement 33 total oui 51 total non 35 <i>nsp, pas moi</i> 14	18 30 48 38 14	21 37 58 29 13	17 30 47 45 9	20 33 53 30 17	14 34 48 48 4	20 34 54 28 18	21 33 44 27 18	23 39 62 28 11	36 18 54 32 14	8 31 39 38 23	23 37 61 28 12	23 29 52 33 14	11 37 48 35 17	16 28 44 38 18	17 33 50 37 12
Prise en compte de cette dimension dans l'évaluation des dossiers de candidats à l'UNIL	oui, certainement 30 total oui 49 total non 36 <i>nsp, pas moi</i> 15	18 29 47 38 15	19 32 51 33 15	17 30 47 45 7	23 30 53 27 20	16 46 62 30 7	17 29 46 35 19	36 30 66 15 18	23 21 44 40 16	27 27 54 32 14	14 12 26 48 26	11 36 47 49 14	20 30 50 35 15	20 24 44 39 17	22 16 38 48 14	21 35 56 32 13
Inscription des tâches de communication dans le cahier des charges	oui, certainement 27 total oui 46 total non 39 <i>nsp, pas moi</i> 14	18 25 43 43 14	21 32 53 32 15	13 25 38 52 10	20 30 50 37 13	11 27 38 52 11	22 29 51 30 19	27 30 57 36 6	37 19 56 33 11	23 23 45 32 23	9 23 32 46 22	17 26 43 39 19	24 27 51 37 12	17 28 44 39 17	28 22 50 32 18	19 29 48 41 10
Cours de formation ou stage spécifiques	oui, certainement 32 total oui 45 total non 40 <i>nsp, pas moi</i> 15	9 32 41 44 16	21 33 54 32 14	7 27 34 52 14	5 43 48 37 15	5 25 30 59 11	17 35 42 31 17	21 33 54 33 12	25 33 58 30 12	9 27 36 45 18	12 34 46 37 17	11 25 36 45 19	17 29 46 38 16	13 43 56 26 19	10 32 42 40 18	12 36 48 40 12
Création d'un onglet «communication envers un public non-spécialiste» dans Unisciences	oui, certainement 31 total oui 44 total non 24 <i>nsp, pas moi</i> 22	10 33 43 35 22	18 28 46 32 22	12 37 49 31 20	7 37 44 33 23	9 32 41 45 14	15 28 43 33 25	12 30 42 42 15	19 21 40 40 19	14 27 41 36 23	9 23 32 42 26	14 30 44 34 23	14 29 43 35 22	9 26 35 43 22	20 28 48 36 16	13 37 49 29 22
Création d'un prix pour un individu ou une unité particulièrement actifs en la matière	oui, certainement 26 total oui 38 total non 49 <i>nsp, pas moi</i> 13	11 27 38 40 12	14 25 39 46 15	9 25 34 53 13	5 37 42 40 18	7 23 30 63 7	15 26 41 45 14	24 15 39 48 12	14 26 40 56 4	9 23 32 55 14	6 31 37 46 17	11 21 32 54 14	11 23 34 53 13	9 30 39 48 13	10 28 38 48 14	15 29 43 45 12
	n=810	n=538	n=272	n=244	n=60	n=56	n=351	n=33	n=57	n=22	n=65	n=155	n=147	n=54	n=50	n=311

Source : enquête OSPS-UNIL.

Tableau XV. Rubrique « communication large », par sexe, statut et faculté (en % de répondants)

	Tous	H	F		PO, MER	Ch. cours, PD	PA, MA	Ass, doct	Chef serv., proj.	Ch. rech., cherch.	Theol	Droit	Lettres	SSP	HEC	GSE	FBM
<i>Dans votre CV*</i>																	
Oui	16	17	15		23	13	29	12	13	7	40	2	21	26	10	19	12
Non	83	82	85		77	85	71	87	88	93	60	98	78	74	90	81	88
<i>Nsp</i>	<i>0.4</i>	<i>0.6</i>	<i>0</i>		<i>0.4</i>	<i>2</i>	<i>0</i>	<i>0.3</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>1</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>1</i>
	n=773	n=519	n=254		n=240	n=60	n=56	n=324	n=32	n=55	n=20	n=59	n=145	n=144	n=48	n=47	n=304
<i>Dans vos demandes de fonds*</i>																	
Oui	18	17	21		22	13	14	16	20	22	13	15	23	26	24	14	13
Non	78	79	76		77	82	84	79	80	72	75	81	74	71	71	86	84
<i>Nsp</i>	<i>4</i>	<i>4</i>	<i>3</i>		<i>1</i>	<i>5</i>	<i>2</i>	<i>6</i>	<i>0</i>	<i>7</i>	<i>13</i>	<i>4</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>0</i>	<i>4</i>
	n=636	n=448	n=188		n=228	n=56	n=50	n=224	n=30	n=46	n=16	n=47	n=123	n=112	n=42	n=36	n=255

*Sans « ne s'applique pas à moi » (essentiellement des Assistants et doctorants et des personnes actives dans l'enseignement), respectivement 5%, 21% et 10% de la population totale.

Source : enquête OSPS-UNIL.

Tableau XVI. **Stage pour apprendre à communiquer avec les médias, par sexe, statut et faculté (en % de répondants)**

	Tous	H	F		PO, MER	Ch. cours, PD	PA, MA	Ass, doct	Chef serv., proj.	Ch. rech., cherch.	Theol	Droit	Lettres	SSP	HEC	GSE	FBM
Déjà fréquenté (ou év. organisé) un tel stage																	
Oui, 1 fois	7	8	5		9	15	5	4	12	2	0	9	2	3	11	2	11
Oui, plusieurs fois	3	4	1		6	3	4	1	6	2	0	2	2	1	0	0	6
Non, jamais	90	88	94		85	82	91	95	82	96	100	89	96	95	89	98	84
Serait prêt-e à y participer																	
Certainement ou probablement oui	44	41	49		37	55	32	48	52	46	36	37	29	46	59	38	51
Certainement ou probablement non	34	39	25		48	23	38	28	33	25	45	32	47	30	30	32	30
Ne sait pas, « ne s'applique pas à moi »	22	20	26		15	22	30	25	15	30	18	31	24	24	11	30	19
	n=810	n=538	n=272		n=244	n=60	n=56	n=351	n=33	n=57	n=22	n=65	n=155	n=147	n=54	n=50	n=311

Source : enquête OSPS-UNIL.

Tableau XVII. **Reconnaissance ou encouragement accru par les agences de moyens des activités de communication dirigées vers un public non-spécialiste, par sexe, statut et faculté (en % de répondants)**

	Tous	H	F		PO, MER	Ch. cours, PD	PA, MA	Ass, doct	Chef serv., proj.	Ch. rech., cherch.	Theol	Droit	Lettres	SSP	HEC	GSE	FBM
Oui, tout à fait	30	26	36		26	27	21	32	36	35	36	17	22	31	30	36	33
Plutôt oui	44	45	41		47	53	46	40	48	37	36	38	41	43	50	42	48
Plutôt non, non pas du tout	17	19	13		22	10	25	15	9	14	23	29	25	16	15	16	12
Ne sait pas	9	9	10		5	10	7	13	6	14	5	15	13	10	6	6	8
	n=810	n=538	n=272		n=244	n=60	n=56	n=351	n=33	n=57	n=22	n=65	n=155	n=147	n=54	n=50	n=311

Source : enquête OSPS-UNIL.

Tableau XVIII. Disponibilité pour des activités de communication envers un public non-spécialiste, par sexe, statut et faculté (en % de répondants)

	Tous	H	F	PO, MER	Ch. cours, PD	PA, MA	Ass, doct	Chef serv., proj.	Ch. rech., cherch.	Theol	Droit	Lettres	SSP	HEC	GSE	FBM	
Ecrire un article dans un magazine scientifique grand public	oui, tout à fait	46	45	47	43	40	43	49	45	49	59	34	56	48	33	52	42
	plutôt oui	46	46	46	46	57	57	48	52	40	32	51	37	48	33	42	49
	total oui	91	91	93	89	97	91	92	97	89	91	85	93	96	81	94	91
	total non	7	8	5	10	3	9	5	3	9	5	11	6	4	13	4	8
<i>ne sait pas</i>	1	1	2	0.4	0	0	3	0	2	5	5	1	1	6	2	0.3	
Donner une conférence publique, un cours public	oui, tout à fait	50	52	46	57	55	57	44	73	40	55	48	66	52	35	50	44
	plutôt oui	36	37	36	33	33	39	15	44	44	18	33	29	38	54	38	38
	total oui	86.7	89	82	90	88	96	83	88	84	73	81	95	90	89	88	82
	total non	10	8	13	7	10	2	12	9	14	14	12	3	7	6	8	15
<i>ne sait pas</i>	3	3	5	3	2	2	5	3	2	14	8	3	3	6	4	2	
Communiquer les résultats de l'une de vos recherches actuelles à un journaliste	oui, tout à fait	46	49	39	55	57	45	38	61	40	59	32	55	44	41	40	45
	plutôt oui	40	38	43	38	33	45	42	33	40	27	26	34	46	44	48	42
	total oui	85.3	87	82	93	90	89	79	94	81	86	58	89	90	85	88	87
	total non	12	11	14	7	8	7	16	6	16	9	35	7	9	9	10	11
<i>ne sait pas</i>	3	2	4	0.4	2	4	5	0	4	5	6	3	2	6	2	2	
Participer à un événement d'information scientifique à l'extérieur de l'UNIL	oui, tout à fait	33	33	33	34	32	25	34	52	32	45	32	37	31	36	29	
	plutôt oui	50	51	47	50	50	57	49	39	47	36	43	45	48	46	57	
	total oui	83	84	80	84	82	82	82	91	79	81	75	82	85	77	84	
	total non	11	9	14	12	12	13	9	9	16	9	14	11	10	11	6	
<i>ne sait pas</i>	6	6	6	4	7	5	8	0	5	9	11	6	5	11	10	4	
Participer à une émission radio ou TV	oui, tout à fait	36	40	27	47	42	32	27	52	28	45	23	48	33	28	38	33
	plutôt oui	32	33	30	32	38	38	31	24	30	23	28	25	35	43	34	33
	total oui	67.4	73	57	79	80	70	58	76	58	68	51	73	68	71	72	66
	total non	29	24	39	19	20	27	37	21	35	32	40	25	27	22	28	31
<i>ne sait pas</i>	4	3	4	2	0	4	5	3	7	0	9	3	4	7	0	3	
Intervenir dans un café scientifique	oui, tout à fait	26	27	24	30	23	25	23	36	23	32	23	26	31	20	24	24
	plutôt oui	42	42	40	40	52	43	41	30	40	27	39	41	44	44	44	41
	total oui	67.3	69	64	70	75	68	65	67	63	59	62	67	75	64	68	65
	total non	27	26	29	26	15	27	29	30	28	36	29	28	22	24	28	29
<i>ne sait pas</i>	6	5	7	4	10	5	6	3	9	5	9	5	3	11	4	6	
Organiser à l'UNIL une activité pour les jeunes (p.ex. Passeport vacances)	oui, tout à fait	15	14	18	14	17	5	19	15	7	9	15	14	13	20	17	
	plutôt oui	34	34	35	32	32	30	35	39	39	23	26	32	31	30	44	39
	total oui	50	48	53	45	48	36	54	55	46	32	41	44	45	43	64	56
	total non	43	45	39	50	38	55	37	45	46	45	52	48	47	46	30	37
<i>ne sait pas</i>	8	7	8	5	13	9	9	0	9	23	6	8	7	11	6	7	
Participer activement aux prochaines Portes ouvertes de l'UNIL	oui, tout à fait	13	13	14	13	15	9	15	15	11	14	9	12	10	13	18	16
	plutôt oui	36	35	37	39	33	27	34	36	39	23	28	26	31	30	34	46
	total oui	49	38	51	52	48	36	48	52	49	37	37	38	41	43	52	62
	total non	42	43	39	42	38	54	42	42	35	55	55	50	51	44	34	30
<i>ne sait pas</i>	9	9	11	6	13	11	10	6	16	9	8	12	9	13	14	7	
Participer activement au prochain Festival Science et Cité	oui, tout à fait	12	12	11	12	12	7	13	12	9	14	11	10	9	7	18	14
	plutôt oui	36	34	39	36	27	38	36	36	46	18	28	33	39	26	38	41
	total oui	48	46	50	48	38	45	48	48	54	32	39	43	48	33	56	55
	total non	38	39	35	42	40	39	36	42	26	45	46	45	34	50	26	33
<i>ne sait pas</i>	14	14	14	10	22	16	15	9	19	23	15	13	18	17	18	12	
	n=810	n=538	n=272	n=244	n=60	n=56	n=351	n=33	n=57	n=22	n=65	n=155	n=147	n=54	n=50	n=311	

Source : enquête OSPS-UNIL.