

Parler de sa recherche de façon convaincante à un public de non-spécialistes

('Ma recherche en 180 secondes')

ULB, 11 décembre 2015



La communication scientifique

- Partager les derniers résultats de la recherche
- Valider collectivement la qualité scientifique (*peer reviewing*)
- Créditer l'auteur et permettre le jeu des citations
- Archiver les connaissances et permettre leur accumulation
- Se faire évaluer (facteurs d'impact, etc.)

Communication publique de la science

- Intéresser les publics extra-académiques (ainsi que les pairs d'autres disciplines) à la recherche
- Contribuer à l'usage de la recherche dans la prise de décision politique (*evidence based policies*)
- Contribuer à des processus d'innovation (techno-industrielle, sociale et culturelle)
- Légitimer le financement public de la recherche
- Susciter l'intérêt des bailleurs de fonds
- Susciter d'éventuelles vocations

⇒ Maîtriser un registre de communication complémentaire, et non alternatif, à la communication savante à destination des pairs

Inventio (1)

Votre « message »

- Communiquer de façon informative ET convaincante sur :
 - les résultats, leur intérêt scientifique, leur impact potentiel en dehors de l'université
 - la démarche (*), son intérêt scientifique, son impact potentiel en dehors de l'université
 - (*) mission de terrain, travail de laboratoire, etc.
 - un champ de recherche plus large
- Dans tous les cas : éviter l'exhaustivité et hiérarchiser les informations à communiquer

Inventio (2)

Who are you trying to influence, and what do they respond to best?

- *Policymakers* – Big ideas. Compelling stories. Positive visions.
- *Civil servants* – Objective, rigorous, credible methodology. Data. Technical details.
- *Corporate executives* – Company-specific findings. Credible methodology.
- *Communities* – Community-focused. Generated with their participation.
- *Activists, public attitudes and beliefs* – Human face to the story. Killer facts – easy to remember. Clear impacts of policy.
- *Media* – Controversial, new. Human face to the story. Killer facts with numbers.

[Source: Duncan Green, "How/When does Research Influence Policy?", Presentation at La Trobe University – Melbourne, Nov 2014]

Dispositio

1) Introduction (*captatio benevolentiae*)

- via une question rhétorique, une anecdote, la référence au contexte local/actuel, une injonction, un constat provoquant, etc.
- peut inclure le plan de l'exposé

2) Message + facts & figures + arguments

3) Retour synthétique sur le message

4) Conclusion avec amplification

Dispositio (2)

- *Storytelling* : raconter (si possible à la 1ère personne du singulier ou du pluriel) une histoire (pas IMRAD!)
- Phrases courtes, à la voix active, sans double négation
- Bannir tout jargon

Elocutio

- Argument de cadrage
- Argument d'analogie
- Argument de communauté
- Argument d'autorité

Argument de cadrage

- Présenter la réalité selon une certaine perspective, en en renforçant certains aspects et en dévalorisant d'autres, afin de donner davantage de légitimité au message
- Description, définition, dissociation/association
 - « Notre exploration de Mars a toujours été guidée par la recherche de l'eau dans notre quête pour la vie dans l'univers. Désormais nous avons des indications scientifiques convaincantes qui valident ce que nous suspicions. » (John Grunsfeld, administrateur associé à la Nasa, 2015)

Argument d'analogie

- Utiliser des similarités entre l'opinion à défendre et un élément extérieur, sur lequel on a déjà l'accord du public, comme moyen d'obtenir son accord sur l'opinion à défendre
- Analogies, métaphores, exemples et comparaisons
 - « When I am asked about the usefulness of basic research, I like to take CERN as an example. It is at CERN that the web was invented to enable data exchange between scientists. This clearly shows us what kind of positive and totally new things basic research can generate. » (F. Englert, 2013)

Argument de communauté

- Faire allusion à des croyances ou des valeurs qui sont partagées par le public et qui contribueront à légitimer le message

« Nous vivons tous sur la même planète et faisons partie de la biosphère. Nous reconnaissons maintenant que nous sommes dans une situation d'interdépendance croissante et que notre avenir est indissociable de la préservation des systèmes de maintien de la vie sur l'ensemble du globe et de la perpétuation de toutes les formes de vie. Les nations et les scientifiques du monde entier doivent prendre conscience qu'il est urgent d'utiliser de manière responsable les connaissances émanant de tous les domaines de la science pour satisfaire les besoins et les aspirations des êtres humains, sans mésuser de ce savoir. »
(Déclaration de Budapest sur la science et l'utilisation du savoir scientifique, 1999)

Argument d'autorité

- Argumenter qu'une opinion est correcte (ou incorrecte) parce qu'elle est défendue par une personne ou une source qui est considérée par le public comme dotée d'autorité (ou comme en étant dépourvue)
- Autorité (personnelle) venant de l'expérience individuelle ou de compétences particulières
 - « If the general management of a firm thinks in overall terms, the unions must also think in overall terms, but with a different approach, because as Albert Einstein so rightly said: « We cannot solve our problems with the same thinking we used when we created them. » »
(Fondation Europe et Société, 2010)

Actio (aspects non-verbaux)

- Ne pas garder les yeux fixés sur un texte
- Pratiquer la lecture anticipative et balayer le public du regard
- Ne produire que des gestes signifiants
- Éviter les gestes parasites
- Attitude ouverte
- Faire respirer sa présentation et respirer soi-même (pas seulement aux points finaux)



Pistes bibliographiques

Breton, P. (2008). Convaincre sans manipuler. Paris : La Découverte.

Bucchi, M., & Trench, B. (Eds.). (2008). Handbook of public communication of science and technology. New York : Routledge.

Cicero, M.T. (May, J.M. & Wisse, J. trans.). (2001 [55 av. J.-C.]) Cicero on the Ideal Orator (De Oratore). Oxford : Oxford University Press.

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of communication*, 43(4), 51-58.

Galtung, J., & Ruge, M. H. (1965). The structure of foreign news. *Journal of Peace Research*, 2(1), 64-91.

Michaut, C. (2014). Vulgarisation scientifique. Mode d'emploi. Paris : EDP Sciences.

Steinberg, S. (2006 [1999]). *Persuasive communication skills*. Cape Town : Juta and Company Ltd.

Vanholsbeeck, M., & Saint-Antoine, P. (2011). La communication externe des institutions publiques entre relations presse traditionnelles et révolution Web 2.0. In E. Cobut, & F. Lambotte (éd.), *Communication publique et incertitude : Fondamentaux, mutations et perspectives* (pp. 339-360). Edipro : Liège.