

Ma thèse en 180 secondes :

la visibilité comme instrument d’oppression symbolique

VINCENT MARISCAL

Institut Langage et Communication, Université catholique de Louvain

Depuis les années 1980, les symptômes du dépérissement des universités se multiplient. La précarisation des jeunes chercheurs ou encore le gel des créations de postes en sont des exemples connus. Ainsi, si le nombre de nouveaux docteurs est relativement stable depuis vingt ans en France¹, l’écart se creuse entre la réserve de candidats et les emplois disponibles².

De ce fait, le champ de la recherche scientifique et la manière dont les universitaires, en particulier les plus jeunes, envisagent leur métier ont évolué. Ils doivent rendre leurs travaux scientifiques plus « visibles » pour accéder à des financements et être rémunérés en tant que doctorants ou post-doctorants. Cette contrainte institutionnelle qu’est la « visibilité » s’incarne notamment au travers du concours, « Ma thèse en 180 secondes » (MT180s).

Le point de départ de cet article fut le constat suivant : les textes critiques sur MT180s sont rares. Nous trouvons surtout des articles laissant de côté les spécificités du concours³. La journaliste Marine Miller est l’une des seules à poser la question de savoir si, en ces temps de disette budgétaire, MT180s ne représenterait pas « une image de bonheur factice »⁴. De même, Ian Florin, dans un article intitulé « Marchands de science ? 180 secondes pour convaincre »⁵, montre que ce concours est l’une « des manifestations de la soumission croissante de la recherche scientifique à des logiques capitalistes ».

Comme eux, nous voulons caractériser de manière critique les liens entre ce concours et les nouvelles contraintes pesant sur les jeunes chercheurs. En cela, nous pensons que MT180s n’est pas une simple mode. Il va de soi que ce n’est pas la cause de tous les maux de l’université, mais ce concours est une belle allégorie des problèmes qui sont au cœur de ses transformations récentes.

Légitimation institutionnelle et couverture médiatique

MT180s est inspirée par un concours organisé par l’université du Queensland en Australie sous le nom de « *Three minute thesis* » (3MT®)⁶ et repris en 2012 au Québec par l’Association francophone pour le savoir (Acfas)⁷, qui a exporté le concept dans les pays francophones.

MT180s consiste en la présentation en trois minutes, par les doctorants, de leurs projets de thèse à destination d’un public profane avec pour support une seule diapositive. Le concours se

1. Ce n’est pas le cas en Belgique, où le nombre de diplômés du doctorat augmente depuis dix ans (<http://dailyscience.be/2015/09/21/des-docteurs-comme-sil-en-pleuvait/>).

2. <http://sciences.blogs.liberation.fr/2011/01/17/la-recherche-francaise-en-chiffres-ost/>.

3. Voir https://limprevu.fr/affaire-a-suivre/these-temps-argent/?gift_token=586f776e1cb88, <http://sciences.blogs.liberation.fr/2014/06/30/ma-these-en-180-s-et-apres-/>, <http://www.telerama.fr/monde/ma-these-en-180-secondes-halte-a-l-odieuse-tyrannie-du-buzz,132235.php>.

4. http://www.lemonde.fr/campus/article/2016/06/01/ma-these-en-180-secondes-les-doctorants-ces-nouvelles-stars_4929927_4401467.html.

5. <https://www.letemps.ch/opinions/2016/10/17/attaque-frontale-contre-these-180-secondes>.

6. <http://threeminutethesis.org/>.

7. <http://www.acfas.ca/prix-concours/ma-these-en-180-secondes/a-propos>. MT180s a été décliné sous d’autres formes depuis, comme par exemple « Mon mémoire en 180 secondes ».

déroule sur plusieurs mois, par phases successives de sélection. En France, entre vingt-cinq et trente candidats sont choisis parmi quatre cents inscrits pour participer à la finale interuniversitaire. Trois lauréats sont sélectionnés par un jury composé d'universitaires et/ou de personnes extérieures venant des secteurs publics et privés. En Belgique francophone, les six universités de la Fédération Wallonie-Bruxelles choisissent chacune trois à quatre finalistes parmi lesquels trois lauréats nationaux sont désignés par un jury similaire à celui que l'on trouve en France.

Le concours est décrit sur le site Internet de son organisateur français⁸ comme relevant d'une « communauté », et comme une opération de valorisation des doctorants dans le milieu universitaire et sur le marché de l'emploi. MT180s n'est donc pas désignée comme une compétition, mais comme un espace de promotion, ayant une identité propre, telle une marque commerciale, ce qui est le cas de 3MT® en Australie. On insiste davantage sur les fins positives que sur les moyens qui relèvent d'un processus de sélection exigeant, moins de 10 % des candidats accédant à la finale nationale.

Ce concours bénéficie de soutiens puissants, qui font office de légitimation institutionnelle. En France, le concours est placé sous le haut parrainage de la Conférence des présidents d'université (CPU) et du CNRS. En Belgique, MT180s est organisée par l'ensemble des universités francophones et la participation au concours peut entrer en compte dans la validation d'un parcours doctoral.

Les médias diffusent des informations sur MT180s, certains sponsorisent même l'évènement. En France, l'animation de la finale interuniversitaire est confiée à Daniel Fievet, animateur d'une émission de vulgarisation scientifique sur France Inter. En Belgique, Cédric Wautier, journaliste à la Radio Télévision Belge Francophone (RTBF) présente l'évènement qui est soutenu par la chaîne de télévision La Trois. Les vidéos des différentes prestations sont diffusées sur cette même chaîne. Le caricaturiste Pierre Kroll effectue en direct des dessins humoristiques.

MT180s fait aussi l'objet d'une couverture dans les médias numériques. Les articles rapportent en général la tenue de l'évènement, relatent ses principaux aspects, en particulier son caractère populaire et divertissant. Par exemple, des journalistes constatent que, dans cette « compétition de vulgarisation », on mêle science et humour, ou qu'il s'agit d'un lieu où l'on transforme un sujet de doctorat en « une histoire captivante ». MT180s est parfois qualifiée de « véritable *show* »⁹ voire de « *one man show* »¹⁰ en référence au genre dont de nombreuses prestations s'inspirent. En outre, ces dernières sont diffusées sur YouTube.

Ainsi, des personnalités, des médias et des types de spectacles connus du grand public sont convoquées pour construire une image populaire de MT180s, qui s'additionne au crédit scientifique apporté par ses partenaires institutionnels.

« Famine temporelle » et lutte des places

Bien que MT180s soit montrée sous ce jour positif, en phase avec son époque, notamment parce qu'elle permet de transmettre du contenu scientifique de manière ludique, son principe même pose des problèmes fondamentaux.

8. <http://mt180.fr/>.

9. <http://www.u-bordeaux.fr/Actualites/De-la-recherche/Ma-these-en-180-secondes-quand-science-et-humour-se-marient>

10. <http://www.grazia.fr/article/ma-these-en-180-secondes-voici-les-trois-doctorants-les-plus-passionnants-de-2-817135>.

Le plus évident est qu'une thèse dure en moyenne quatre ans et quatre mois pour les étudiants en sciences « dures » et entre six et dix ans en sciences humaines et sociales¹¹. Dans le cadre de MT180s, la réussite repose sur la limitation stricte du temps de parole, mais pas seulement. Le contenu d'une thèse est, certes, réduit à une durée infinitésimale de trois minutes et correspond bien à l'accélération que l'université et notre société connaissent aujourd'hui. De plus, cette intervention de 180 secondes n'est accompagnée d'aucune forme de justification ou de preuve, si ce n'est une unique diapositive, condensant au maximum le travail du doctorant. Qui plus est, à la suite de l'exposé, il n'y a pas de temps consacré à la discussion ou à la validation par des experts.

Hartmut Rosa parle de « famine temporelle »¹². Mais, de manière générale, dans la recherche publique, cette « famine » est en grande partie une « famine économique » produisant une diminution des postes et des financements disponibles dans les universités¹³. De cette manière, MT180s, bien qu'étant présentée comme une communauté¹⁴ est fondée, comme tout concours, sur une concurrence exacerbée. Celle-ci fait écho au nombre infime d'aspirants pouvant espérer accéder un jour à un poste d'enseignant-chercheur ou encore au *turn-over* que toute équipe de recherche connaît, les jeunes chercheurs allant et venant au gré de contrats de courte durée. Cette « famine temporelle » est donc en lien avec la « lutte des places »¹⁵.

Ce phénomène pourrait nous aider à comprendre pourquoi MT180s est un espace où les femmes sont majoritaires (60 % en moyenne dans le concours en France et en Belgique¹⁶), alors même qu'elles sont minoritaires dans les populations de doctorants de ces deux pays¹⁷. Même si nous aurions besoin de données plus précises pour comprendre ce phénomène, nous faisons l'hypothèse que les femmes participent davantage à MT180s, car elles sont dans une position dominée à l'université. L'occupation des postes est révélatrice : en 2013, on ne comptait que 22,5 % de professeurs d'université en France¹⁸ et, en 2011, 11 % de professeurs ordinaires en Belgique¹⁹.

À cet égard, Pierre Bourdieu montre que l'université est un lieu de perpétuation de la domination masculine, où un certain nombre de « schèmes inconscients de perception et d'appréciation » et de « structure historiques de l'ordre masculin » se reproduisent sans obstacles²⁰. Nous supposons que les femmes sont plus enclines à « jouer le jeu » de MT180s, afin d'améliorer leurs chances d'accéder à un poste stable.

La présence majoritaire des femmes à MT180s semble ainsi suivre la « loi de Jdanov », qui veut que « le dominé dans un champ est plus enclin à participer à une opération de pouvoir qui affectera les dominants »²¹. De plus, les dominés seraient davantage prêts à répondre aux demandes externes et à aller chercher la consécration hors des cénacles traditionnels, où ils

11. https://l'imprevu.fr/affaire-a-suivre/these-temps-argent/?gift_token=586f776e1cb88.

12. Hartmut Rosa, *Accélération : une critique sociale du temps*, Paris, La Découverte, 2014, p. 21, 25-26.

13. Yves Gingras, *Les dérives de l'évaluation de la recherche*, Paris, Raisons d'agir, 2014, p. 19.

14. <http://mt180.fr/>.

15. Vincent de Gaulejac, Frédéric Blondel et Isabel Taboada-Leonetti, *La lutte des places*, Paris, Desclée De Brouwer, 2014.

16. L'année 2018 est exceptionnelle, les hommes étant majoritaires (60 %) en France et en Belgique. Jusqu'en 2017, nous comptons 65 % de candidates aux finales interuniversitaires en France et en Belgique. Il est à noter qu'un pic fut atteint en 2015, avec 76 % de femmes en France.

17. Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche, *Repères et références statistiques sur les enseignements, la formation et la recherche (RERS 2012)*, Paris, 2013, Danièle Meulders, Sile O'Dorchai et Natalie Simeu, *Alma mater, homo sapiens II*, Bruxelles, Éditions du DULBEA, 2011.

18. Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche, *op.cit.*

19. Danièle Meulders, Sile O'Dorchai et Natalie Simeu, *op.cit.*

20. Pierre Bourdieu, *La domination masculine*, Paris, Seuil, 1998, p. 11.

21. Yves Gingras, *op.cit.*, p. 80.

n'ont pas trouvé la reconnaissance attendue comme c'est le cas de MT180s, qui est destinée au grand public²².

Les données, récoltées en Belgique par Bernard Fusulier et Maria del Rio Carral²³, donnent une idée précise de la précarité vécue par les jeunes chercheuses. Le milieu de la recherche est globalement discriminant pour les femmes en Belgique²⁴. En effet, elles sont soumises à des angoisses que les hommes ne rencontrent pas ou peu, en particulier au cours de la période séparant le doctorat de la nomination espérée²⁵. Nous pouvons citer, par exemple, la question de la parentalité considérée par 50 % des docteurs comme étant un obstacle à la poursuite d'une carrière scientifique, alors que ce n'est le cas que de 27 % des hommes²⁶. Faire une carrière universitaire semble donc avoir un coût symbolique supérieur pour les femmes, et la « lutte des places » serait ressentie de manière plus intense par les jeunes chercheuses.

Entre néomanagement et « néo-archaïsmes »

Nous pouvons nous demander si l'accélération de la recherche est bien un progrès, surtout lorsque l'impact scientifique d'un individu est réduit à sa capacité à communiquer rapidement et avec humour. En cela, la compétition semble contredire l'idéal-type, mis en avant par MT180s, de la communauté ouverte de jeunes chercheurs, échangeant et participant à une recherche cumulative.

En effet, MT180s cherche paradoxalement à marier cet idéal-type avec deux tendances néomanagériales. D'une part, le *benchmarking*, qui est une forme de management mettant en avant les bienfaits de la compétition. Celui-ci est le plus souvent défini comme une « saine émulation »²⁷. La concurrence y est parfaitement naturalisée et vue comme « une valeur positive et juste »²⁸. D'autre part, MT180s peut être apparentée au *knowledge management*, dont le but est de mettre en scène des connaissances et de les transmettre à un public pour qu'il les assimile et y adhère.

Ces néomanagements impliquent de « faire le *show* » et de communiquer largement, ce qui déplace l'exercice de l'évaluation scientifique attribuée aux pairs pour la faire reposer sur la performance rhétorique et physique, en somme sur le pouvoir de séduction des candidats²⁹. Dans ce domaine, YouTube joue le rôle que la télévision occupait hier, en imposant une évaluation externe « contre le jugement des pairs »³⁰. MT180s participe à l'intrusion de ce média populaire dans l'univers scientifique.

La notoriété recherchée grâce à YouTube est un « verdict du marché », une légitimation qui s'oppose aux principes internes du métier de chercheur. On confère ainsi une « *légitimité démocratique* » à une « logique commerciale » qui est un pur « problème de production et de diffusion *culturelles* »³¹. Le fait que les candidats présentent « leur thèse en termes simples à un auditoire profane et diversifié »³² et que leurs prestations soient diffusées tels des

22. Pierre Bourdieu, *Sur la télévision*, Paris, Raisons d'agir, 1996, p. 72-73, Pierre Bourdieu, *op.cit.*, 1998, p. 108-109.

23. Bernard Fusulier et Maria del Rio Carral, *Chercheur-e-s sous haute tension !* Louvain-la-Neuve, Presses universitaires de Louvain, 2012.

24. *Id.*, p. 39, 82.

25. *Ibid.*, p. 27

26. *Ibid.*, p. 21, d'après Danièle Meulders, Sile O'Dorchai et Natalie Simeu (2011), *op.cit.*, p. 59.

27. Isabelle Bruno et Emmanuel Didier, *Benchmarking*, Paris, La Découverte, 2013, p. 24.

28. Vincent de Gaulejac, *La société malade de la gestion*, Paris, Seuil, 2009, p. 171.

29. Dominique Wolton, « De la vulgarisation à la communication », *Hermès*, n°21, 1997, p. 13.

30. Pierre Bourdieu, *Sur la télévision*, Paris, Raisons d'agir, 1996, p. 69, 84, 88.

31. Pierre Bourdieu, *Id.*, p. 88.

32. <http://mt180.fr/> ; <http://www.matheseen180secondes.org/>.

« videoblog » (*vlog*), produit une « déterritorialisation »³³ symbolique du fonctionnement propre au champ scientifique.

Pourtant, formellement, MT180s reproduit le modèle du cours magistral tout en l'adaptant à une situation de communication propre à son règlement. Cette « déterritorialisation » est donc un « néo-archaïsme ». En effet, MT180s veut nous donner l'illusion que la hiérarchie sociale a basculé en faveur des profanes, alors que ce « *show* » numérique - et télévisuel - ne permet que de masquer les « apparences pédantes et pesantes, didactiques et dogmatiques d'un cours dit magistral »³⁴. MT180s, grâce à YouTube, cherche à « vedettiser » le savant vulgarisateur semant la connaissance hors des frontières du champ³⁵, alors que l'innovation, d'un point de vue didactique, n'est que cosmétique.

De la même manière, la qualité d'un discours scientifique est généralement jugée à l'aune de sa dépersonnalisation, qui est un signe extérieur d'objectivité. À l'inverse, les prestations de MT180s ont recours à la subjectivisation afin d'interpeler le public, en particulier par l'humour. Ce qui prime, ce n'est donc pas la mise en avant du savoir mais la promotion d'un individu singulier. Afin d'améliorer leurs chances de réussite, les candidates s'appuient sur des techniques qui n'ont que peu à voir avec la recherche scientifique : en plus de se référer au *one man show*, à la télévision ou aux *vlogs*, les candidats s'appuient sur des techniques de communication dispensées lors des formations préparant au concours.

Finalement, le jury et le public ne peuvent argumenter que sur le plaisir qu'ils ont eu à écouter les doctorants, rarement sur le fond. Qui plus est, étudier la pertinence des arguments est un processus lent³⁶ que ce *speed dating* scientifique ne permet pas. MT180s n'abaisse donc pas le « droit d'entrée » dans le champ scientifique, mais raccourcit l'espace entre droit d'entrée et de sortie, sans offrir « une amélioration des conditions et des moyens de sortie »³⁷. En d'autres termes, sur le papier, les candidats ont l'occasion de faire connaître leur travail de thèse au plus grand nombre. Mais il ne demeure, au bout du compte, qu'une succession de sujets de thèse et d'images plus qu'une substance capable d'aider tout un chacun à penser ce qu'il n'avait, jusqu'alors, peut-être pas envisagé sous l'angle proposé par le thésard. L'autre promesse, implicite celle-là, qui est d'assurer aux gagnants du concours une place au rang des personnels permanents dans une université, ne paraît pas non plus tenue, voire tenable, compte tenu de la diminution constante des postes d'enseignants-chercheurs et des financements disponibles, en particulier dans les sciences humaines et sociales.

Conclusion

MT180s veut être à la marge de la communication scientifique habituelle. Pourtant, ce concours peut nous interroger sur la place qu'il occupe au regard de la « science normale ». Le champ scientifique est basé sur une concurrence réglée par le principe de la compétence scientifique évaluée par les pairs³⁸. Or nous avons vu que le concours repose sur d'autres formes de grandeur, comme la capacité des candidats à séduire par leur charisme ou leur sens de l'humour. MT180s s'insère certes dans une concurrence exacerbée, une « lutte des places » et une « course » à la reconnaissance à laquelle doit se soumettre tout scientifique³⁹, mais les moyens utilisés ne sont pas principalement évalués à l'aune de leur valeur scientifique. Le dispositif du concours est particulièrement efficace dans sa capacité à agir sur les espoirs,

33. Gilles Deleuze et Félix Guattari, *Capitalisme et schizophrénie, tome 1*, Paris, Éditions de Minuit, 1972, p. 306-307.

34. Pierre Bourdieu, *op. cit.*, 1996, p. 7.

35. Baudouin Jurdant, « Vulgarisation scientifique et idéologie », *Communications* n°14, 1969, p. 160.

36. Hartmut Rosa, *op. cit.*, p. 76-77.

37. Pierre Bourdieu, *op. cit.*, 1996, p. 76.

38. Pierre Bourdieu, *Homo academicus*, Paris, Éditions de Minuit, 1984, p. 47.

39. *Id.*, 1994, p. 117.

notamment celui des femmes, dont les chances objectives d'obtenir un poste à l'université sont inférieures à celles des hommes⁴⁰.

Ironiquement, le management et la communication, omniprésents dans l'esprit du concours, brillent par leur absence, peu d'exposés leur étant consacrés⁴¹. L'explication est peut-être à chercher dans l'objectif de MT180s qui est de vulgariser des savoirs inaccessibles alors que ces deux disciplines construisent des savoirs pratiques souvent destinés aux non-scientifiques.

Pour conclure, l'illusion de mettre en place « un extraordinaire instrument de démocratie directe »⁴² se révèle être un « instrument d'oppression symbolique »⁴³. MT180s répond aux normes de YouTube, devenu « l'arbitre de l'accès à l'existence sociale et politique » comme ce fut le cas de la télévision⁴⁴. Le concours se conforme au management néolibéral mettant en scène « des "battants", des *winners* qui ont le goût de la performance et de la réussite »⁴⁵. Dans ce sens, avec MT180s, on « ne gagne pas par ce que l'on vaut, on vaut par ce que l'on gagne »⁴⁶.

40. *Ibid.*, 1984, p. 119

41. On compte cinq interventions dans le domaine du management et aucune en communication sur près de deux-cents exposés aux finales interuniversitaires en France et en Belgique.

42. Pierre Bourdieu, *op. cit.*, 1996, p. 47.

43. *Id.*, 1996, p. 8, 11.

44. *Ibid.*, 1996, p. 21.

45. Vincent de Gaulejac, *op. cit.*, p. 122.

46. Cornelius Castoriadis (2007), *Les carrefours du labyrinthe. Tome 4*, Paris, Seuil, 2007, p. 157.