

## Conférence d'ouverture

### LA RECHERCHE AU CÉGEP : DES RÉALISATIONS, QU'EST-CE QU'ON EN SAIT?

*Pierre Maisonneuve*

*Journaliste scientifique, Monsieur Pierre MAISONNEUVE est animateur de l'émission Découvertes à la télévision de Radio-Canada et président de l'Association des communicateurs scientifiques du Québec.*

J'ai toujours eu un faible pour les Cégeps parce que j'ai vécu de très près leur naissance. Alors que j'étais jeune reporter à CJMS de Montréal, j'ai voulu reprendre des études, terminer mon baccalauréat. À l'époque, on avait confié cette responsabilité aux collèges classiques, ce qui m'a amené au collège Ste-Croix de Montréal qui devenait, quelques mois plus tard, le cégep Maisonneuve.

J'ai donc été présent à cette réforme qui a fait disparaître les collèges classiques au profit des Cégeps. Ce fut une période assez tumultueuse mais combien stimulante que ces premiers mois de transition entre les collèges classiques et les Cégeps. Certains professeurs étaient même plus jeunes que quelques-uns de leurs élèves.

Dans mon esprit, ça vient de se passer, vingt-cinq ans à peine, et voici qu'on parle de se pencher sur la pertinence du maintien des structures actuelles des Cégeps, qu'on juge nécessaire de

réactualiser les grands objectifs du rapport Parent, qu'on cherche à reformuler de nouveaux objectifs en matière d'enseignement supérieur.

Ce discours a été, en partie, endossé par la Fédération des Cégeps par la voix de son président, monsieur Yves Sanssouci. Il veut bien de nouvelles études mais à condition qu'on ne remette pas en question l'existence même des Cégeps, qu'on s'attaque vraiment à la bureaucratisation et à la centralisation du système. D'un côté, on nous prévient que les responsables des problèmes sont la bureaucratie et la centralisation. De l'autre, on prétend que c'est le système lui-même qui est en cause.

**C'est blanc ou noir.**

Pour vous, qui vivez à l'intérieur des institutions collégiales et qui en connaissez les limites, cette remise en question est peut-être justifiée. Mais dans l'opinion publique, c'est une toute autre chose qui est retenue. Ce discours politique vient dire à la population que ce qui se fait dans les Cégeps, ne vaut rien, qu'il est temps de repenser tout ça. Cette façon de réagir s'inspire de la tentation des réformes globales à tout prix.

Savez vous pourquoi les milieux politiques jugent nécessaire de tenir ce genre de discours? À mon avis, c'est parce que les Cégeps ont mauvaise presse; parce que tout ce que la population retient du système, ce sont ses aspects les plus négatifs. Ce qu'elle lit sur vous, ce sont des palmarès bidons, faussement scientifiques,

qui ne tiennent absolument pas compte de la réalité de chaque collègue, de sa clientèle et de son mandat particulier.

Or dans ce débat public, il n'y a pas vraiment de contre-partie pour équilibrer ce genre d'information, car les gens ne connaissent pas vos bons coups.

Vous êtes personnellement impliqués dans la recherche au collégial, mais qui sait vraiment ce que vous faites. Bien sûr, entre initiés, vous savez ce qui se passe mais le grand public ne le sait pas. Pourtant, l'ampleur de votre colloque témoigne d'un dynamisme évident. Mais qui reconnaît ce dynamisme, qui le cite en exemple, qui en parle?

Prenez chacun l'exemple de votre travail personnel en recherche. Il doit vous arriver parfois de vous dire que vous avez effectué une bonne recherche, que vous avez de bons résultats, vous êtes fiers de vous. Maintenant comparez le fruit de votre recherche avec ce que vous lisez dans les journaux, entendez à la radio, voyez à la télévision. Vous êtes peut-être en droit de vous dire que votre travail, par sa pertinence, son impact, sa qualité, mériterait aussi qu'on en parle à l'extérieur de votre collègue, mais pourtant ça n'arrive à peu près jamais.

### Comment expliquer ce phénomène?

Depuis qu'on m'a demandé d'animer l'émission scientifique *Découverte* à Radio-Canada, il y a maintenant quatre ans, il n'est presque jamais arrivé qu'une de nos

équipes propose un sujet qui traite de la recherche au collégial. Si ça se produit, ce n'est même pas évident que le sujet origine de votre milieu.

Pourtant, sans être un scientifique, j'ai l'impression d'avoir assez de sensibilité journalistique pour saisir le pourquoi des choses, les enjeux de certains projets, les détails de certaines découvertes, les notions fondamentales de certains dossiers importants.

Alors, si personnellement je n'ai rien retenu de vous, c'est que je ne sais rien de vous. Je peux me tromper, mais vous êtes à mon avis d'une discrétion tellement exemplaire que vous risquez de disparaître dans votre silence apparent.

Je sais que vous pouvez tous dire que vous travaillez d'arrache-pied avec ceux que ça intéresse, qui ont besoin de vous: les étudiants, votre propre milieu, le ministère de l'Enseignement supérieur, certains instituts de recherches qui sont près de vous, des entreprises. Mais je vous dirai que ça ne suffit pas, car c'est la bataille de l'opinion publique que vous devez gagner pour ne plus être à la merci de toutes les modes qui, de dix ans en dix ans, parlent de remise en question fondamentale du réseau des collèges.

Qu'est-ce qui sort vraiment des Cégeps en matière d'information? Vos conflits, vos mauvaises notes, vos taux d'échec et d'abandon, vos éternels étudiants qui mettent trop de sessions pour obtenir leur diplôme.

**Vos initiatives, vos bons coups, sont-ils vraiment vraiment mis dans la balance?**

Cette bataille de l'opinion publique, elle est essentielle pour la survie des collèges, mais elle est aussi primordiale pour vous qui travaillez en recherche. Vous êtes peut-être ceux qui avez le plus de chances de gagner cette cause pour le collégial.

D'ailleurs, à lire votre programme, je constate que vous êtes déjà sensibilisés à une telle situation, puisque vous débattrez de la question de la création ou non, d'une publication sur la recherche au collégial.

Sans vouloir vous influencer indûment sur une telle question, je peux vous dire que toute publication, si modeste soit-elle, peut aider à faire connaître le milieu et ses réalisations. Et même si ça ne touche que les gens qui y sont impliqués, c'est un pas très important dans la reconnaissance du travail que vous faites.

Mais une revue spécialisée ne suffira pas pour faire pencher l'opinion publique en votre faveur.

En mettant l'accent sur la recherche au collégial, vous êtes très conscients que vous devez agir dans un univers de très forte compétition.

Même si vous parlez de partenariat dans le programme de votre colloque, même si vous vous dites que: " la recherche technologique repose sur la synergie. Les collèges et les universités fournissent les chercheurs et le savoir-faire; les

organismes subventionnaires les fonds, secondés en cela par les entreprises qui assurent également un débouché sur le marché.", vous savez très bien que cette étroite collaboration n'est pas à l'abri des tensions qui naissent de la compétition. Car, qu'on le veuille ou non, les Cégeps, les universités et les autres centres de recherches se font la lutte pour se partager la même assiette au beurre, les mêmes subventions. Dans cette lutte, l'image compte autant que le contenu, la réputation autant que l'excellence du travail qui se fait dans le milieu. C'est là que la bataille de l'opinion publique prend tout son sens.

Dans ce contexte, relisez les déclarations de la semaine dernière sur la révision en profondeur du système collégial qui sous-entend que tout est à refaire et à repenser. Ce sont de telles déclarations globalisantes, je dirais irresponsables, qui viennent saper tous les efforts consentis sur le terrain.

Imaginez alors que vous êtes en pleine bataille des subventions et que c'est l'état d'esprit qui règne. Vous connaissez la réponse aussi bien que moi.

En recherche, ceux qui voudront survivre devront avoir des appuis solides. Pour ça, vous devez compter sur les médias et même les envahir. À ce sujet, j'ai l'impression que vous n'êtes pas nécessairement branchés.

La question que vous devez vous poser, c'est de savoir si vous êtes intéressés par les médias; si vous êtes conscients de

l'utilisation que vous pouvez faire des médias: les grands médias nationaux, la presse locale et régionale, la radio et la télévision communautaires. Chaque fois que vous avez la chance de vous introduire dans un de ces médias, n'hésitez pas.

Cependant, je dois reconnaître que ce n'est pas facile. Ca prend beaucoup d'énergie, car la place est prise par d'autres...

D'abord la politique y est omniprésente. Dans quelque région que ce soit, la politique l'emporte sur toutes les autres questions.

Il y a une raison à cela. La nouvelle est là où se trouve un journaliste.

Je cite parfois l'exemple du Téléjournal de Radio-Canada. Ce n'est pas une critique, mais une constatation. Si vous additionnez les cinq ou six reporters au parlement d'Ottawa, autant à Québec, les correspondants dans les grandes capitales du monde, vous avez au moins une quinzaine de journalistes qui vous alimentent en information à saveur politique. Dans un bulletin de nouvelles télévisées, on présente à peine une quinzaine de nouvelles. En contre-partie, vous avez un seul journaliste dont le mandat spécifique est de couvrir le monde de la science, de la recherche et un autre pour les questions d'environnement. C'est la même chose dans les grands quotidiens. À *La Presse* de Montréal, une seule journaliste, Carole Thibodeau, traite vraiment des questions scientifiques. Elle le fait très bien, mais elle est seule.

De plus, le monde de la politique est un univers connu. On a parfois l'impression d'être tombé dans une potion magique quand on était petit, une potion politique. C'est un univers dont on croit connaître facilement les paramètres. Alors ceux qui ont à prendre des décisions dans les salles de rédaction savent comment réagir à une information politique. Ce phénomène a pour effet d'accroître le poids de l'information politique dans les médias.

Par contre, le monde de la recherche, de la science est un univers beaucoup moins connu par ceux qui décident de l'information. Ils ne savent pas toujours comment réagir parfois même, ils se laissent prendre.

Un exemple: la question de la couche d'ozone et des rayons ultra-violets. C'est un peu comme si on se disait que ce soir on fait peur au monde. Ce n'est pas toujours présenté dans une perspective scientifique valable.

Le même phénomène se vit en économie avec la hausse ou la baisse du dollar canadien. Il faut voir la tête des annonceurs de nouvelles lorsqu'ils nous disent que le dollar canadien a baissé. C'est comme une catastrophe alors que dans les milieux économiques, on sait que la baisse du dollar pourrait avoir des effets bénéfiques sur la reprise économique.

Mais, si le monde de l'information connaît mal celui de la science et de la recherche, il n'en est pas le seul responsable.

Très souvent, les chercheurs, les

scientifiques ne sont pas bavards. Vous le savez, vous attendez d'être certains de vos résultats, vous retenez vos commentaires, alors que les politiciens, eux ont réponse à tout. Ils veulent parler, ils veulent paraître!

Dans le combat qui se joue autour du financement de la recherche, les scientifiques, les chercheurs vont devoir apprendre à vendre leur salade à leur tour.

### C'est possible d'y parvenir.

Par exemple, il y a une vingtaine d'années, tout le monde disait que la presse était contre les entreprises et les patrons, tout en étant favorable aux syndicats. Dans les faits, c'est que les chefs syndicaux, en bons politiciens, étaient toujours disponibles pour nous accorder des entrevues, ils nous laissaient leur numéro de téléphone personnel, ils étaient toujours prêts à nous parler tandis que les patrons se méfiaient de la presse. Aujourd'hui, c'est le patronat qui va au devant des coups. Aujourd'hui, dans les médias, on entend plus souvent Ghyslain Dufour que la présidente de la CEQ.

On nous propose de plus en plus de reportages sur la vie des gens d'affaires, leurs réussites plus que leurs échecs. On a créé des émissions économiques. Les journaux ont amélioré leur couverture du monde des affaires. On a même appris aux citoyens à jouer à la bourse, avec des hauts et des bas. Tous les soirs aux bulletins télévisés, on nous transmet les indices économiques, la valeur du dollar. Le

langage codé du monde économique est entré dans la vie de tous les jours. Même s'il y a très souvent des abus, le milieu des affaires a réussi sa percée dans les médias de masse.

Or, l'information, c'est comme une tarte aux pommes. On ne peut pas la grossir indéfiniment. Actuellement, elle est partagée en parts inégales.

La politique a toujours eu la part du lion, le monde de l'économie a réussi à se couper un plus gros morceau, les faits divers règnent toujours en maître dans certains médias. Reste maintenant au monde de la science et de la recherche à se tailler une meilleure part. À mon avis, le fruit est mûr.

Lorsque je suis arrivé à l'émission *Découverte*, la cote d'écoute de l'émission précédente, *Sciences-Réalités*, oscillait entre 250 et 300 mille téléspectateurs. Depuis quatre ans, cette cote ne cesse d'augmenter. Cette année, elle dépasse en moyenne un demi-million. Récemment nous avons eu une cote d'écoute de plus de 850 000. Du jamais vu pour une émission scientifique. Même mes patrons n'en reviennent pas.

Sans fausse modestie, je reconnais que le travail de l'équipe de *Découverte* a contribué à ce succès. Au sein de cette équipe, il y a de la continuité puisque elle est formée à 50 % d'anciens de *Sciences-Réalités* et autant de nouveaux venus. La fusion a été réalisée au profit de la qualité de l'émission.

Mais je prétends que ce succès vient aussi d'un besoin de plus en plus grand de la population qui a soif de connaître ce monde de la recherche et de la science qui a tant d'influence sur la vie quotidienne de chacun.

Des questions comme la couche d'ozone, questions parfois mal interprétées, l'état de la planète, les BPC, les prothèses mammaires, la recherche génétique, poussent les gens à s'interroger sur ce monde de la science qui a toujours semblé trop loin d'eux.

Mais, vous avez un grand avantage. Dans l'ensemble, la population fait confiance aux chercheurs et aux scientifiques.

**Vous avez donc tout à gagner à être présents dans les médias.**

Vous ne devez pas attendre les journalistes. Dans la plupart des médias, on n'a pas les moyens de vous suivre à la trace. Très souvent les journalistes ont peu de temps et, parfois, ils attendent malheureusement du tout cuit dans le bec. Alors, cuisez votre propre recette.

Ce que vous faites, vous devez chercher à tout prix à le dire, à faire en sorte que le crédit de votre travail vous revienne à vous et à votre institution.

À ce sujet, il y a certaines choses qui me préoccupent. On ne connaît pas facilement les liens qui peuvent unir un collègue à un centre de recherches, à une entreprise. Par exemple, en tant que journaliste, si je

connais l'existence de l'Institut d'ordanique, suis-je vraiment au courant du lien qui unit l'Institut au Cégep Lionel-Groulx? Le travail à l'Institut profite-t-il au Cégep? S'agit-il des mêmes ressources, le crédit des réalisations revient-il vraiment au secteur de l'enseignement collégial?

Autre chose: la liberté de recherche et de diffusion de l'information qui découle de vos recherches. À qui appartient votre recherche? À vous, à celui avec qui vous avez des liens de financement ou au milieu collégial. Jusqu'où conservez-vous vos droits sur vos recherches et vos découvertes, entre autres, le droit de diffuser vos résultats?

Ce sont là des points qui peuvent entraver la diffusion de l'information et vous priver d'une couverture médiatique essentielle à votre rayonnement.

Mais malgré votre bonne volonté, vous ne pourrez supplanter une grosse nouvelle politique ou internationale dans un bulletin de nouvelles à la télévision.

Vous devez viser la bonne cible, intervenir au bon moment. Vous devez frapper partout où vous pouvez: les lettres aux lecteurs, les contacts directs avec des journalistes, les coups de téléphones. Acceptez les invitations, ne ratez jamais une occasion de parler de vous et de ce que vous faites.

À ce sujet, le monde collégial à l'intérieur de chaque institution doit faire front commun pour défendre ce qui s'y fait. De la même façon que chaque groupe se serre

les coudes lors d'un conflit, l'ensemble des groupes dans un même collège doit être solidaire pour défendre les intérêts de l'institution. Tout le monde doit tirer dans la même direction.

Par exemple, lorsque le magazine *Actualités* soumet à ses lecteurs un classement des collèges, chaque collège devrait se mobiliser, chaque groupe devrait se lever pour défendre son institution. Et s'il y a du vrai dans ce qui est dit et écrit, chacun doit se sentir investi de la responsabilité de tout mettre en oeuvre pour corriger ce qui peut être corrigé à son niveau. Il ne faut jamais laisser aux autres, l'initiative de faire le ménage dans notre cour.

Quand je suis arrivé à *Découverte*, un journaliste a écrit dans la *Presse* que la Direction de l'information de Radio-Canada donnait une dernière chance à l'émission scientifique. Si ça ne réussissait pas, on risquait de se retrouver dans une case horaire désavantageuse. Avec des moyens très modestes, nous avons relevé le défi. Notre temps d'antenne est passé de 25 à 50 minutes par semaine, on a presque doublé la cote d'écoute et, en bout de ligne, on a eu droit à une amélioration de nos ressources. Ce n'est pas le Pérou, mais c'est déjà mieux qu'avant.

À l'intérieur comme à l'extérieur de Radio-Canada, nous avons voulu donner à l'émission scientifique la place qui lui revenait, celle d'une grande émission d'information.

C'est la même chose partout. Les

chercheurs d'un collège, d'un centre de recherche, qui vont réussir à diffuser largement leurs réalisations, à en être fiers, qui vont percer le mur du silence, vont voir leur force augmenter pour le partage des subventions.

Il ne faut pas avoir peur de vendre vos histoires. Mais il faut y croire. Quand un de vous publie un livre, et je sais que vous publiez dans les Cégeps, quand vous réussissez un projet, que vous recevez une distinction quelconque, vous devez tout faire pour que ça se dise le plus loin possible.

Chaque fois qu'un chercheur ou une chercheuse du collégial participe à une recherche qui donne des résultats, il doit en être question dans votre milieu. Il faut que vous disiez comment vous êtes bons pour que les autres vous croient.

**Vous devez jouer à la vedette...**

À ceux qui croient que c'est peine perdue, je rappelle l'histoire des expropriés de Mirabel qui au début des années 70, avaient le choix entre accepter sans rien dire ce que le gouvernement fédéral leur offrait ou se battre. Dans l'opinion publique, leur cause était entendue, ils devaient même se compter chanceux d'avoir été expropriés. Il y en a qui ont accepté.

Mais des irréductibles, comme les Gaulois d'Astérix, ont dit non. Ils se sont regroupés, ils se sont battus, pour gagner sur toute la ligne. Pour y parvenir, ils ont utilisé tous les moyens de communication

à leur disposition. Ce fut la plus belle opération de relations publiques des trente dernières années. Ils ont même forcé le gouvernement fédéral à remettre les trois-quarts des terres qui avaient été expropriées en trop.

Si le monde de la recherche au collégial veut progresser, il faut qu'il démontre très clairement son existence distincte, qu'il fasse étalage de son travail et qu'il assiège les médias. Sinon, dans vingt ans, un autre ministre, un autre Conseil supérieur de l'Éducation viendra dire qu'il faut repenser le système collégial dans sa structure fondamentale. Tout ça, pour calmer l'opinion publique.

À mon avis, on n'a pas les moyens de se payer des remises en question à répétition. Dites au monde ce qui fonctionne bien dans le système et la population sera de votre côté pour vous aider à corriger ce qui va moins bien. ■