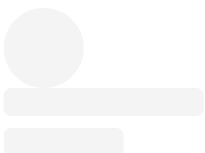


CCTCQ : VULGARISER LA RECHERCHE UNIVERSITAIRE EN VIDÉO

Vulgariser la science n'est jamais une mince affaire. Réussir à expliquer un sujet parfois (souvent ?) complexe sans perdre son auditoire est un enjeu majeur. On a tous en tête des exemples de parfaite réussite comme l'émission télé « *C'est pas sorcier* » ou l'émission radio « *Les p'tits bateaux* ». Ces deux émissions, mais aussi des influenceurs sur Youtube comme Dr Nozman, s'attaquent à des grands sujets scientifiques de société. Mais vulgariser la recherche universitaire est un défi encore plus grand car elle travaille sur des problématiques bien précises liées à des projets de recherche spécifiques. C'est ce que nous essayons de faire régulièrement sur ce site via des témoignages et articles. C'est désormais ce que fait le compte Instagram de l'université de Rouen Normandie grâce à sa série « *Chercheur, chercheuse, tu cherches quoi ?* » (CCTCQ).

« L'idée est née suite à une réunion entre l'université de Rouen Normandie, l'INSA Rouen Normandie et l'association Science action Normandie. Le CNRS a rapidement rejoint le projet », explique Romain Tavares, chargé de développement science et société, culture scientifique technique et industrielle à l'URN. « **Nous voulions faire de la communication autour de projets de recherche sur les réseaux sociaux** ». À partir de là, l'Université et ses partenaires répondent à un appel à projets de l'ANR (Agence nationale de la recherche). Projet qui est rapidement accepté. Pour coller au financement, l'URN prend une décision : « Comme c'est un projet ANR, il fallait qu'on parle des projets ANR de nos établissements. Nous savions qu'au sein des laboratoires de l'URN il y avait 13 ou 14 projets ANR qui avaient été financés. Nous avons donc fait le choix de parler uniquement de ces projets de recherche », poursuit Romain Tavares.



[Voir cette publication sur Instagram](#)



Une publication partagée par Université de Rouen Normandie (@univ.rouen)

Qui dit réseaux sociaux dit influenceurs

Rapidement, les acteurs de ce dossier utilisent un mot lorsqu'ils évoquent le projet : « *influenceurs* ». « En effet, nous voulions travailler avec des influenceurs, des gens qui ont un impact sur les réseaux sociaux », continue-t-il. Mais travailler sur Instagram ne veut pas dire aller chercher n'importe quelle personne qui a un grand nombre d'abonnés. « **Au-delà d'avoir des gens qui sont actifs sur les réseaux sociaux, il fallait travailler avec des gens qui ont une expertise en médiation scientifique, qui**

sont actifs sur ces réseaux via de la vulgarisation scientifique ». Le choix s'est rapidement arrêté sur *Superama Production*, une agence vidéo lilloise. « Ils ont deux cœurs d'activité », reprend Romain Tavares. « La production vidéo, que ce soit du court-métrage, de la publicité, ou d'autres types de vidéos. D'ailleurs, ils avaient déjà travaillé avec des établissements d'enseignement supérieur. Et à côté de cela, ils ont une activité de vulgarisateur scientifique sur les réseaux, avec une chaîne Instagram et une chaîne YouTube. Nous nous sommes dit que cela cohabitait pas mal de cases ».



[Voir cette publication sur Instagram](#)



De là naît la collaboration avec la boîte de production et ses deux intervenants : Alexandre et Chloé, qui ont rapidement proposé à Valentine de la chaîne YouTube « Science de Comptoir » de rejoindre l'aventure également. Si l'URN, l'INSA, le CNRS et Science action Normandie ont quelques idées, il est également décidé de laisser libre court à la créativité de *Superama Production*. C'est ainsi que le ton un peu décalé, avec de l'humour, est choisi, reprenant ainsi le ton qui leur est cher sur leurs propres médias. « **La cible c'est du jeune public qui est actif sur les réseaux sociaux, qui a envie d'aller trouver de l'information.** Cela peut être du public scolaire comme des lycéens, mais évidemment aussi des étudiants, ainsi que des jeunes adultes. Or pour cette cible, le ton choisi, avec de l'humour et du dynamisme, correspond bien », explique Romain Tavares.

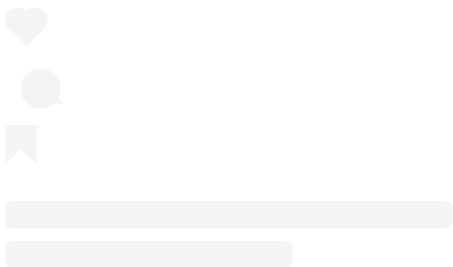
Des projets multiples dans des domaines variés

Comme évoqué plus tôt, les 12 projets de recherche qui ont été choisis pour CCTCQ sont tous des projets ANR. Mais les sujets sont particulièrement variés. La propulsion spatiale, l'alcoolisation fœtale, la turbulence quantique, le traitement des intoxications, ou encore les mécanismes du contrôle cognitif sont autant de sujets que les vidéos ont abordé ou vont aborder. Sur des sujets aussi complexes, l'un des défis majeurs a été de réussir à condenser des interviews qui duraient entre 30 et 40 minutes, en maximum 3 minutes 30. « Il y eu un gros travail de la part du prestataire pour arriver à tout résumer tout en conservant l'essence du projet, et faire que ce soit accessible pour le grand public ».

Dans les semaines qui viennent, les personnes qui suivent l'université de Rouen Normandie sur Instagram pourront donc en apprendre plus sur la recherche universitaire dans les domaines de la santé, de la chimie, de la physique, de la biologie, des mathématiques, mais aussi de la psychosociologie.



[Voir cette publication sur Instagram](#)



Une publication partagée par Université de Rouen Normandie (@univ.rouen)

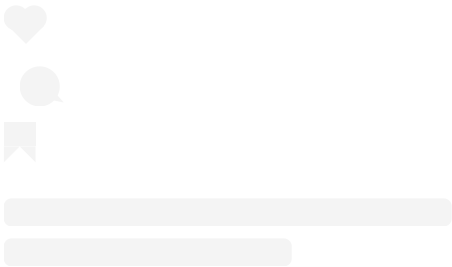
Un projet apprécié de tous

Débutée le 17 mars 2025, la diffusion des vidéos se poursuivra jusqu'au 22 septembre 2025. Pour l'instant, quatre vidéos ont vu le jour et les retours sont élogieux. Romain Tavares et les personnes impliquées sur le projet ont reçu jusque-là trois types de retours. Le premier, c'est la réaction des collègues, des personnes qui voient les vidéos et qui en discutent, de manière non-officielle au détour d'un couloir ou d'un email. « Globalement, **on nous a dit que c'était vraiment chouette, que le format était assez juste, pas trop long, dynamique et avec de l'humour** », explique-t-il. Le deuxième retour est celui des chercheurs qui ont travaillé sur le projet. « Ils sont assez contents. Je ne savais pas comment cela allait être pris, avec ce ton humoristique. Or, tout le monde trouve cela sympa et efficace. D'ailleurs, au-delà de cela, les chercheurs ont beaucoup aimé collaborer avec le prestataire. C'est une satisfaction de voir que notre choix a été juste, que les échanges ont été qualitatifs. **Je pense que le prestataire a très bien saisi les enjeux qu'il y avait derrière les projets, car les chercheurs eux-mêmes disent que c'est bien vulgarisé** ».

Enfin, le dernier retour est celui des chiffres. « Sur les réseaux sociaux cela fonctionne bien. Alors que les vidéos ont été publiées il n'y a pas si longtemps que cela, nous arrivons à toucher entre 6 000 et 10 000 personnes. Pour la page Instagram de l'Université, cela reste dans le top », conclut Romain Tavares. D'ailleurs, un autre fait à noter est que ces vidéos touchent autant de personnes qui suivent le compte de l'URN, que de personnes qui ne le suivent pas. Cela peut vouloir dire que dans les semaines à venir de nouvelles personnes vont découvrir les prochaines vidéos « *Chercheur, chercheuse, tu cherches quoi ?* » et en apprendre plus sur la recherche à l'URN.



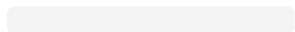
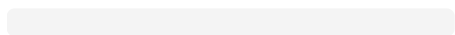
[Voir cette publication sur Instagram](#)



Une publication partagée par Université de Rouen Normandie (@univ.rouen)



[Voir cette publication sur Instagram](#)



Une publication partagée par Université de Rouen Normandie (@univ.rouen)

Publié le : 2025-04-23 12:42:36