



## La lettre du Collège de France

29 | juillet 2010  
La Lettre n° 29

---

# Un nouveau public au Collège de France

Pierre Corvol

---



### Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/lettre-cdf/883>  
DOI : 10.4000/lettre-cdf.883  
ISBN : 978-2-7226-0119-2  
ISSN : 2109-9219

### Éditeur

Collège de France

### Édition imprimée

Date de publication : 1 juillet 2010  
Pagination : 3-4  
ISSN : 1628-2329

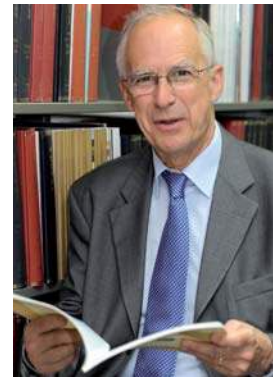
### Référence électronique

Pierre Corvol, « Un nouveau public au Collège de France », *La lettre du Collège de France* [En ligne], 29 | juillet 2010, mis en ligne le 20 mai 2011, consulté le 01 décembre 2023. URL : <http://journals.openedition.org/lettre-cdf/883> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/lettre-cdf.883>

---

Le texte et les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés), sont « Tous droits réservés », sauf mention contraire.

# ÉDITORIAL



Pr Pierre Corvol  
Administrateur du Collège de France

## Un nouveau public au Collège de France

N'en déplaise à nos aînés, *Docet omnia*, la devise du Collège de France, est incomplète. *Docet omnes omnia* serait plus juste : il enseigne tout, à tous. Nulle inscription, en effet, nulle contrainte : qui veut suivre un cours, un colloque ou un séminaire au Collège y entre sans condition, librement et gratuitement. Cet usage est assez rare pour surprendre, en France comme à l'étranger, même nos collègues universitaires. Le Collège n'est pas astreint à un cursus académique, il ne délivre pas de diplôme, ne contrôle pas les connaissances de ses auditeurs à l'issue d'un enseignement. Il en est ainsi depuis 1530, au moins en principe, puisque nous ne savons pas parfaitement où et dans quelles conditions enseignaient les premiers lecteurs royaux. Selon toute vraisemblance, les premiers auditeurs étaient des étudiants, *escholiers* du Quartier latin et de la Montagne Sainte Geneviève, véritable campus avant la lettre. Ils venaient chercher au Collège les savoirs que l'université ne dispensait pas.

Lorsque je présente le Collège de France et ses missions d'enseignement, on me demande souvent quel est le public des cours. Qui vient aux cours du Collège ? Qui sont les auditeurs, quel est leur niveau d'études, leur assiduité, leur participation ? Quelle est leur motivation ? Quel profit retirent-ils des cours ? Jusqu'ici, il y avait autant de réponses à ces questions que de chaires au Collège : chacun des professeurs a sa petite idée sur son auditoire. Mais on ne pouvait pas donner une réponse d'ensemble car aucune étude n'avait été menée sur le sujet. Pour quelques cours très spécialisés, c'est un petit nombre d'initiés et de fidèles. Dans d'autres cas, à l'inverse, la mémoire du Collège véhicule l'image d'une foule chic se pressant aux cours de Bergson comme le montre une photo d'auditeurs agrippés à la fenêtre, avides d'écouter la parole du maître. Aujourd'hui les cours les plus suivis sont transmis simultanément en vidéo dans plusieurs salles de cours.

On peut supposer que la question du public ne préoccupait pas outre mesure les professeurs autrefois, et

guère davantage aujourd'hui. À juste titre d'ailleurs, et il n'y a rien là dont les auditeurs auraient à s'offenser : un cours du Collège de France est avant tout le fruit d'un travail personnel, le résultat exigeant, concentré et savant d'une recherche « en train de se faire », comme le Collège se plaît à le rappeler. C'est ce qui fait son originalité : il est tout sauf un exercice médiatique. Les auditeurs présents dans les amphithéâtres assistent à l'élaboration d'une pensée, à la mise au point des arguments qui structurent une théorie, à la révélation de découvertes nouvelles et à leur interprétation. Le cours débouche très souvent sur des publications scientifiques ou la rédaction d'un ouvrage. Dans ce tableau, l'auditeur est à la fois nécessaire et contingent : il est le témoin indispensable et privilégié d'une réflexion qui prend forme en se formulant *in vivo* devant l'assistance, mais en même temps, la nature et la composition du public sont indifférentes à l'exercice du cours.

Encore faut-il rappeler que ce savoir est ultimement destiné au public. Et que le public manifeste une forte demande de connaissances dans tous les domaines de la science. Pour enseigner à tous, le Collège, ses amphithéâtres et ses salles de cours seraient bien dérisoires. Mais Internet a élargi nos amphithéâtres à la dimension de la planète. Et le public suit. Les statistiques de consultation du site Web du Collège et des plateformes multimédia (DailyMotion, iTunes U) ont révélé l'existence d'une audience virtuelle, encore plus nombreuse.

Nous avons voulu savoir quels étaient ces nouveaux publics et ce qu'ils attendaient des cours du Collège. Nous avons donc diligenté une enquête sur les auditeurs présents dans les amphithéâtres des cours du Collège de France au début de 2010. Parallèlement, une enquête sur les auditeurs qui suivent les cours du Collège sur son site Internet a eu lieu à deux reprises en 2009 et 2010. Les résultats de ces études sont présentés en détail par Henri Leridon dans le présent

numéro. Pour résumer l'enquête menée dans les amphithéâtres, on pourrait dresser un portrait robot de l'auditeur du Collège : aussi bien un homme qu'une femme, âgé de plus de 55 ans, résidant à Paris ou en Île de France, de niveau culturel élevé, le plus souvent sans profession ou inactif et qui déclare suivre les cours pour sa culture personnelle. Plus de la moitié des auditeurs disent suivre au moins deux séries de cours. Le tableau est plus nuancé pour les auditeurs des sciences dures – mathématiques, physiques ou naturelles : ce public est plus jeune et compte nettement plus d'étudiants et de chercheurs.

Le portrait de l'internaute répondant à l'enquête Web diffère notablement du précédent. Il s'agit plus souvent d'un homme que d'une femme, résidant en Île de France (51 %), en province (35 %) ou à l'étranger (14 %). Il appartient le plus souvent à la tranche d'âge de 25 à 34 ans, est étudiant, enseignant ou chercheur. Il déclare suivre les cours pour sa culture personnelle (63 %), pour ses études ou son activité professionnelle (37 %). Il est moins fréquemment un cadre supérieur (46 %) que l'auditeur fréquentant les cours du Collège (70 %).

Ces enquêtes, rapides et donc partielles et imparfaites, ont néanmoins le mérite, pour la première fois, de dépeindre à grands traits le nouveau public virtuel du Collège de France et de le comparer au public traditionnel présent dans nos murs. Elles amènent à formuler plusieurs remarques :

1. Tout d'abord, en rendant ses cours disponibles sur le site Internet, le Collège de France a répondu à une attente. En moins de trois ans, un public nouveau et très nombreux a découvert l'institution, s'est abonné à ses podcasts, a utilisé les supports des cours (textes, audio, vidéos) pour sa culture personnelle ou à des fins de formation, d'enseignement et de recherche. L'enseignement du Collège n'est plus réservé à quelques *happy few* habitant Paris ou la région parisienne, comme nous l'écrivions dans l'éditorial de la Lettre du Collège en juin 2006 : il est désormais accessible à tous.

2. Le nouveau public en ligne du Collège est plus jeune, encore étudiant, ou inséré dans la vie active. Il s'ajoute au public des doctorants qui viennent au Collège dans le cadre de leur formation doctorale, essentiellement dans les sciences mathématiques, physiques et naturelles (320 étudiants en 2010). Ces jeunes assureront à leur tour la transmission du savoir qu'ils auront acquis au Collège.

3. La réponse aux questionnaires des enquêtes comme les commentaires libres montrent que les internautes

sont fidèles et satisfaits des cours du Collège sur le Web, tout comme les auditeurs qui suivent les cours donnés au Collège ;

4. La diversité de l'offre du Collège en terme de contenus et de supports d'enseignement est une richesse, elle doit être préservée. L'enquête montre que tous les types de supports intéressent les internautes et qu'il ne convient pas de privilégier l'un ou l'autre. Dans cet esprit, le Collège développe actuellement la mise en ligne des textes de certains cours ainsi que d'autres contenus : leçons inaugurales, *Annuaire du Collège de France*, la *Lettre du Collège de France* et d'autres documents textuels (notamment par le biais du site *revues.org*).

5. L'enquête a révélé que 14 % des internautes ne résident pas en France. C'est un puissant encouragement à faire connaître le Collège hors de nos frontières, en pays francophones et au-delà. Une étape de plus sera d'assurer une traduction en anglais de certains cours et séminaires pour leur assurer une diffusion au niveau international. Par ce moyen, le Collège contribuera activement au rayonnement de la science et de la culture française.

6. Les enquêtes sur les différents publics du Collège ont permis de donner une première photographie d'ensemble en 2010. Il sera utile de répéter régulièrement ces études pour connaître l'évolution de ces publics dans le temps et évaluer les services que nous leur apportons.

La diffusion des savoirs par voie numérique a multiplié l'audience des cours du Collège de France d'un facteur 10 à 100. Le public ainsi touché correspond bien à la cible que le Collège souhaitait atteindre : des auditeurs « virtuels » par leur mode de présence, mais bien réels, et désireux d'approfondir leurs connaissances dans différents domaines de recherche. L'enquête sur les internautes incite à poursuivre et amplifier cette approche, en conservant toujours aux enseignements le même niveau d'exigence et de rigueur, qui font la valeur et l'intérêt des cours du Collège de France, sur Internet ou dans les amphithéâtres. Car le Collège veut enseigner à tous, mais en leur donnant le meilleur. ■