

## Science et Vie : une position d'exception dans la presse de vulgarisation scientifique

Virginie CADINOT

Journaliste indépendante  
cadinotvirginie@club-internet.fr

Voilà plus de 90 ans que *Science et Vie* domine le marché de la presse de vulgarisation scientifique française. Comment expliquer qu'aucun autre magazine n'ait réussi à ébranler ce « mastodonte » de la presse scientifique ? Voici la question qui a marqué le début de notre travail de recherche, réalisé dans le cadre d'une maîtrise professionnelle à l'Institut des Sciences de l'Information et de la Communication (ISIC) de l'Université Bordeaux 3.

*Science et Vie* fait partie d'une grande famille qu'est la presse de vulgarisation scientifique, même s'il s'en différencie par de nombreux critères. Beaucoup des magazines qui prétendent faire de la vulgarisation scientifique ne jouent finalement pas sur le même créneau que celui de *Science et Vie*, un créneau que nous désignerons comme étant celui de la « presse de vulgarisation scientifique généraliste grand public ».

Il s'agit, en effet, de presse de vulgarisation scientifique puisque son contenu ne traite que de sujets scientifiques, à la différence des quotidiens ou hebdomadaires nationaux (dont les pages comptent malgré tout de plus en plus une rubrique « Sciences ») ou d'une presse traitant largement de sciences sans que ce soit sa vocation première, du type *Ça m'intéresse* ou *Geo*. Elle reste toutefois généraliste dans le domaine de la science, c'est-à-dire qu'elle n'est pas spécialisée dans

une discipline scientifique à l'instar de *Ciel et Espace*, *Sport et Vie* ou *Les Cahiers de Science et Vie*. Enfin, elle est destinée au grand public dans le sens où elle ne s'adresse pas à un public spécifique de jeunes comme *Science et Vie Junior* et *Science et Vie Découverte*, ni de spécialistes comme le font *La Recherche* et *Pour la science*.

Si l'on fait finalement le bilan de tous ces critères, seuls deux magazines correspondent à ce créneau : *Science et Vie* et *Sciences et Avenir*. La sérénité de *Science et Vie* pourrait donc se justifier assez simplement par le fait que les concurrents directs... sont quasiment absents.

### **Peu de magazines sur un créneau pourtant demandeur**

L'intérêt se porte alors sur les raisons de cette faible concurrence à l'intérieur d'un marché pourtant demandeur, si l'on en croit les statistiques correspondant à la diffusion totale payée de ces deux magazines : 260 340 exemplaires pour *Sciences et Avenir* et 364 848 pour *Science et Vie* (selon les sources OJD 2003). Des résultats non seulement dominants dans la presse de vulgarisation scientifique, mais qui tendent même davantage à se rapprocher du rang des *news magazines* (comme par exemple *Le Point* avec ses 369 148 exemplaires en 2003).

Analysons rapidement l'une des rares tentatives de concurrence, autre que *Sciences et Avenir* : celle du groupe Bayard Presse avec le magazine *Eurêka*, lancé en octobre 1995. Cet exemple apporte, en effet, quelques éléments de compréhension quant aux réticences à tenter sa chance sur ce créneau. Ce nouveau projet visait à se positionner entre le « sérieux » *Science et Vie* et le « racoleur » *Ça m'intéresse*. Il voulait ainsi traiter de l'actualité scientifique en tenant compte de ses incidences (sociales, politiques, morales, culturelles) dans la vie quotidienne. Dix-huit mois après sa création, il affichait un total de 110 000 exemplaires vendus dont 75 000 abonnements. Un lectorat nouveau selon les sources de Françoise Tristani-Potteaux, auteur du livre *Les Journalistes scientifiques, médiateurs des savoirs*. Cinq ans plus tard, en avril 2001, le magazine disparaissait pourtant, faute de rentabilité. Il affichait alors 120 000 exemplaires, dont 100 000 abonnements. À peine plus qu'à ses débuts. Les raisons évoquées par Françoise Tristani-Potteaux : le magazine *Eurêka* n'aurait tout simplement pas réussi à « toucher » le lectorat, déjà existant, de *Science et Vie*, ni celui de *Sciences et Avenir*.

Visiblement, le public de cette presse se caractérise donc par son fort attachement à un titre, ce qui ne laisse alors que peu de place aux nouveaux. Le lectorat semble alors déjà pleinement satisfait par l'offre actuelle, même si celle-ci ne se concentre que sur deux titres. Comment

alors expliquer une telle fidélité, d'ailleurs caractéristique de la presse de vulgarisation en général ?

Arrivé plus tard sur le marché, la modernité de *Sciences et Avenir* n'a, semble-t-il, pas non plus été suffisante pour rivaliser, à elle seule, avec *Science et Vie* si l'on en croit quelques données chiffrées, et en particulier leur performance respective en termes de diffusion totale payée citée auparavant. Le magazine, sur le marché depuis 1947, n'a jamais rattrapé *Science et Vie*. Et même si tous deux subissent les conséquences d'une tendance à la baisse dans la presse en général, il semble que *Sciences et Avenir* en souffre davantage. Les deux supports ont en effet affiché une baisse assez notable entre 2002 et 2003 : *Science et Vie* passe de 373 670 exemplaires à 362 021 ; quant à *Sciences et Avenir*, il passe de 271 859 à 260 340. En chiffres, cette baisse est certes équivalente des deux côtés mais, en termes de proportion, elle reste plus faible pour *Science et Vie* qui reste largement dominant. Quelles sont donc, outre son ancienneté, les caractéristiques du magazine qui pourraient expliquer cette place prédominante ?

## Une identité forte

Après une phase d'exploration pendant laquelle il nous a été possible de rencontrer les différents acteurs du magazine, l'analyse se dirige vers la question de l'identité des deux magazines. Il est en effet ressorti de ces entretiens exploratoires, entre autres, que *Science et Vie* se caractérise par une identité particulièrement forte. Souvent qualifié de « référent », l'analyse même du discours des personnes interrogées a dévoilé chez eux une implication volontaire forte au magazine. Des notions de gratification ou de plaisir à y travailler ont été fortement repérées. Il semble y avoir une véritable « marque » *Science et Vie* qui perdure au fil des années et qui appuie l'idée de constance du magazine. Le titre fonctionnerait alors selon un système de valeurs fortes que les journalistes ont adopté au point, pour certains, de ne voir aucune autre forme de journalisme appropriée à leurs attentes. Comment ces valeurs peuvent-elles alors intervenir pour justifier la différence d'impact de l'identité de *Science et Vie* et de *Sciences et Avenir* ? Cela revient finalement à se demander s'il existe une spécificité en ce qui a trait aux valeurs de *Science et Vie* en comparaison à celles de *Sciences et Avenir*. C'est bien sur cette principale hypothèse, selon laquelle le système de valeurs qui sous-tend *Science et Vie* n'est pas le même que celui de *Sciences et Avenir*, que le présent travail d'analyse s'est donc basé.

La première étape de la recherche a consisté à rechercher les éléments permettant d'identifier les valeurs d'un magazine scientifique. Après une étude bibliographique, quatre champs d'investigation ont été identifiés : les thèmes et le rubriquage, l'iconographie, la maquette et le contenu du magazine. Comme nous l'avons évoqué précédemment, le seul concurrent direct de *Science et Vie* est *Sciences et Avenir*. Ainsi, connaître le positionnement de *Science et Vie* dans la presse de vulgarisation « généraliste grand public » correspond à le connaître par rapport à *Sciences et Avenir*, d'où l'intérêt de réaliser une analyse comparée des contenus de ces deux magazines. Pour cela, les mêmes méthodes et les mêmes critères ont été employés, permettant de justifier la validité de cette comparaison. Au total, l'étude a porté sur une année complète de parution pour les deux titres, soit l'ensemble des numéros de la période avril 2003/avril 2004.

Au fil de nos analyses dans chacun des champs évoqués précédemment, les résultats se sont avérés extrêmement cohérents entre eux et ont ainsi permis de valider l'hypothèse de départ (deux systèmes de valeurs *différents* entre les deux supports).

### **La rationalité : une façon de penser la science**

Tout d'abord, beaucoup plus que des sujets ou des disciplines scientifiques, *S & V* privilégie avant tout une façon de penser qui semble régir un certain nombre de caractéristiques du magazine. Cette façon de penser se définit selon des critères de rationalité, comme l'évoquent les acteurs de *S & V* lors des entretiens, aussi bien pour le choix des sujets que pour leur traitement.

En ce qui concerne le choix des sujets, nous avons pu constater que la simplicité ne constituait pas un critère de sélection. En effet, les sciences fondamentales, souvent illustrées par des sujets plus complexes à la compréhension pour le grand public, sont loin d'être négligées. Plus faciles à traiter sous un angle de rationalité, elles y sont même privilégiées. Les résultats obtenus quant à la répartition des thèmes dans chacun des magazines sont d'ailleurs révélateurs.

Parmi tous les thèmes traités dans l'un et l'autre magazine, trois grands ensembles apparaissent : « Univers, Terre et Homme », « Histoire, Société et Esprit », « Physique, Chimie et Technologie ». Chacun de ces ensembles a été divisé en plusieurs thèmes dans lesquels ont été classés tous les articles parus pendant l'année écoulée choisie. Au total, on compte 19 thèmes, chaque article ayant pu être classé dans plusieurs d'entre eux.

La proportion accordée à l'ensemble « Univers, Terre, Homme » au sein des deux magazines est quasiment équivalente (de l'ordre de 60 % dans les deux cas). En revanche, la répartition diffère pour les deux ensembles suivants. Ainsi, *S & V* privilégie-t-il largement l'ensemble « Physique, Chimie, Technologies » : près d'un tiers de ses articles abordent ce domaine. *S & A* accorde une place beaucoup plus importante et équilibrée que *S & V* aux sujets « Histoire, Esprit, Société » et en particulier au thème « Éducation, Recherche, Communication, Société ». *S & A* est finalement davantage diversifié sur tout ce qui touche aux sciences humaines et naturelles, dites « molles ». *S & V* préfère, à l'inverse, des sciences plus fondamentales et « dures », telles que la physique et l'astronomie.

Ces premiers résultats sont confirmés par l'analyse du contenu, réalisée à l'aide du logiciel Alceste, qui a permis de dégager diverses classes plus ou moins représentatives de l'un ou l'autre magazine selon des données statistiques. Les thèmes principaux correspondant aux classes liées à *S & V* sont alors, assez justement, l'astronomie et la physique, alors qu'il s'agit de la santé et de la médecine, traitées sous un angle social pour *S & A*.

Dans cette analyse par classe, le magazine *S & V* est d'ailleurs surreprésenté dans un ensemble illustrant la face épistémologique de la science. *S & V* aborderait ainsi ses articles dans une volonté première d'éclairer l'entreprise scientifique, les démarches, le sens et la complémentarité des recherches.

De même, pour mieux comprendre la nature de l'importance donnée à chaque thème, nous avons croisé plusieurs de nos résultats. Au-delà de l'importance quantitative donnée en termes de nombre d'articles, nous avons ainsi obtenu les relations suivantes : thèmes / taille de l'article ; thèmes / rubriques ; thèmes / couverture du magazine. Non seulement, les thèmes traités de façon plus longue par *S & V* sont-ils dans l'ensemble liés aux sciences fondamentales ou aux sciences de la terre – ce qui confirme l'importance accordée à ces ensembles dans le magazine –, mais ils sont également abordés selon un angle épistémologique. *S & V* propose en effet davantage une réflexion sur la science qu'une simple présentation factuelle de cette dernière.

Pour illustrer cette idée, revenons tout d'abord sur l'organisation du sommaire du magazine et, en particulier, sur la proportion que tiennent, en nombre de pages, chacune des rubriques. *S & V* est divisé en quatre grandes rubriques présentées à l'aide de quatre formes nominales : « Actualités », « Décodage », « Repères » et « Exploration ».

Excepté pour la partie « Exploration », chacune des trois autres rubriques est également divisée en différentes sous-rubriques.

Cette analyse permet de remarquer ici le faible poids de la rubrique « Actualités » en termes de pages : elle représente seulement 9 % de la totalité du magazine contre près de 20 % pour *S & A*. La sous-rubrique « A la Une » constitue, à elle seule, un dossier plus long avec presque 24 pages en moyenne contre 15 pour « Actualités ». Il en est de même pour « Le Point sur... » avec 16 pages. Elle permet également de constater la part importante accordée à cette partie dite « froide » que constituent les « Repères » (en 2<sup>e</sup> position des rubriques pour le nombre de pages), et dont l'objectif serait de donner des outils complets pour faciliter la compréhension de l'actualité scientifique. L'importance, notamment du « Point sur... » pourrait caractériser une volonté de faire un vrai bilan sur une question précise, et donc témoigner d'une certaine rigueur dans le traitement des sujets. *S & V* privilégie donc les rubriques dans lesquelles il est possible de trouver des dossiers détaillés par rapport aux brèves de l'actualité chaude. Il met ainsi manifestement l'accent sur la valeur du sens.

Autre exemple à considérer pour valider cet angle de travail particulier à *S & V* : il s'agit de l'analyse précise de l'un des 19 thèmes, de surcroît représentatif du magazine. Prenons en effet l'exemple de la « Physique/Chimie ». Au total, le nombre d'articles longs est quasiment équivalent pour les deux magazines. Le nombre de brèves est cependant plus conséquent chez *S & A*, comme pour une majorité de thèmes d'ailleurs, même si le concurrent *S & V* accorde davantage d'importance en brèves à la « Physique/Chimie », en comparaison aux autres thèmes. Il prend également la troisième place chez *S & V* et la quatrième chez *S & A* dans la répartition des articles longs. Chez *S & V*, il est fortement représenté sous les rubriques « Comment ça marche » (33 %) qui vise à expliquer le fonctionnement d'une technologie, « Casse-Tête » (13 %) qui soulève des problèmes que la science ne parvient pas à résoudre ou « Questions -Réponses » (9 %). Chez *S & A*, on le trouve dans les rubriques « Découvrir » (16 %) qui vise à faire découvrir une civilisation ou un phénomène, « Temps fort » (10 %) qui présente un événement chaud de l'actualité scientifique en rapport avec un sujet de société et « Innover » (10 %) qui détaille des nouveautés technologiques.

Chez *S & V*, ce thème de la « Physique /Chimie » est finalement davantage abordé sous l'angle du questionnement sur le phénomène en soi, c'est-à-dire de la façon dont on peut expliquer ce phénomène, même s'il est relié à une technologie pour le rendre plus parlant. Chez *S & A*,

on aborde davantage ce thème comme un moyen ou en tant que discipline scientifique sur laquelle on porte un regard extérieur, comme avec la rubrique « Temps fort ». *S & V* traite donc largement de ce thème pourtant difficile à comprendre pour les novices, mais qui permet notamment d'expliquer certains phénomènes puisqu'il est à la base du fonctionnement de nombreuses technologies notamment. En outre, il fait également partie des thèmes que l'on retrouve le plus souvent en Une de la couverture de *S & V*, ce qui témoigne alors d'une véritable volonté de vendre et de parler à son lectorat à travers des sciences dures.

En somme, il semblerait que les critères de sélection du magazine *S & V* dépassent effectivement le simple prétexte scientifique et s'attardent davantage sur la nature de la démarche, la rationalité pouvant logiquement en constituer la nature principale. *S & V* fonctionne en effet selon différentes exigences qui constituent des critères de rationalité : il s'agit de la rigueur et de la cohérence. Il se positionne comme un *traducteur indispensable à la compréhension de la science*. Pour traduire la science, il faut être consistant, rigoureux et ne pas avoir peur d'emmener son lecteur vers des sujets complexes, comme le sont les sciences fondamentales qui constituent les bases de la science, même si les sujets en question sont parfois très éloignés du quotidien. Ainsi, traiter de toutes les questions, même des plus complexes, pourrait déjà constituer une première logique pour un magazine scientifique dit « généraliste ». Une logique à respecter pour rester cohérent vis-à-vis de son lectorat.

Mais la rigueur, propre au magazine, se retrouve aussi dans la consistance des informations publiées pour chaque sujet. Il s'agit en effet d'apporter le maximum de données pour permettre aux lecteurs d'avoir toutes les clés en main pour la compréhension. L'analyse du sommaire a déjà permis de constater que les dossiers détaillés sur un même sujet sont privilégiés, en nombre de pages, chez *S & V* contrairement à *S & A*. Cette idée est ensuite confirmée par une étude plus détaillée sur le nombre d'articles en fonction de leur taille.

Il faut, en effet, compter 92,2 articles en moyenne par numéro pour *S & A* contre 56,6 pour *S & V*. Ce dernier aborde ainsi environ 40 % moins de sujets que *S & A*, ce qui explique d'ailleurs un nombre de signes moyen par numéro également plus faible : 6 934 pour *S & A*, 5 649 pour *S & V*. Ce chiffre ne représente pourtant plus que 20 % de moins pour *S & V*. Ce qui s'explique bien par le nombre élevé de brèves chez *S & A* et, à l'inverse, le nombre important d'articles longs chez *S & V*. Ainsi, en proportion, on trouve beaucoup plus d'articles courts (jusqu'à environ 3 000 signes) dans les colonnes de *S & A* : ils représentent les 85,6 % du nombre total d'articles contre 68 % pour *S & V*.

Non seulement ces articles courts sont-ils plus nombreux chez *S & A*, mais ils sont également plus courts. En effet, on trouve un peu plus de 70 articles en moyenne par numéro de moins de 1 000 signes, c'est-à-dire les plus courts des articles courts, sur les 92,2 au total. Ainsi, ce sont un peu plus des quatre cinquièmes (85 %) des sujets abordés qui ne dépassent pas 1 000 signes. *S & V* ne compte, de son côté, qu'une trentaine d'articles courts, ce qui ne représente qu'un peu plus de la moitié des articles proposés au total dans ce magazine.

A l'inverse, si l'on regarde le nombre d'articles sous la forme d'une page et plus, considérés comme les longs articles, *S & V* en propose davantage : 19,7 contre 13,3 en moyenne par numéro. Une fois encore, ces articles sont souvent plus longs chez *S & V*. Les articles entre 6 000 et 12 000 signes représentent 18 % du total contre 9 % pour *S & A*, c'est-à-dire le double pour *S & V*. Il en va de même pour les articles dépassant les 12 000 signes puisqu'ils représentent 9 % du total pour *S & V* et 4 % pour *S & A*. Ainsi, alors que *S & A* va chercher à aborder un maximum de sujets, quitte à les survoler, et de cette façon, à donner un aperçu le plus large possible de la science, *S & V* s'attache à donner une matière de réflexion complète sur un même sujet et privilégie la consistance et la rigueur des informations le concernant.

## **L'iconographie comme preuve**

Tous les éléments du support sont d'ailleurs utilisés dans cette même logique : il y a notamment une véritable volonté de cohérence entre le contenu et les illustrations. L'iconographie prend également une valeur informative et est même utilisée comme preuve. Dans les deux magazines, la forme la plus utilisée pour les illustrations est logiquement la photographie. Mais les schémas et infographies, qui constituent justement des outils de précision, ont une place particulièrement importante chez *S & V* : ils représentent 24 % des illustrations contre 14 % pour *S & A*.

Les photos, elles-mêmes, n'ont pas la même vocation pour les deux titres. Un travail sur les légendes a notamment permis de dégager deux différences sensibles. Près d'un quart des photos publiées dans *S & A* n'ont pas de légende, contre une faible minorité de 5 % chez *S & V*, et sont alors purement illustratives. Ce sont généralement les photos de fond de page sur lesquelles on trouve du texte. À l'inverse, la plus forte proportion chez *S & V* revient aux légendes qui ajoutent véritablement une information, en plus du texte : 37 % (contre 19%). Si l'on considère également les photos accompagnées d'un tableau ou d'un encadré qui



apportent une information complémentaire à l'article traité, près des deux tiers des photos publiées dans *S & V* pourraient avoir un véritable caractère informatif contre les deux cinquièmes pour *S & A*. Ainsi, explique Jacobi (1999), « *non seulement les illustrations sont considérées comme une composante du message, mais, plus encore, on y défend l'idée de l'efficacité de certains ajouts iconiques au texte pour faciliter la compréhension ou le rappel de l'information scientifique* ».

Notons également la forte présence de micrographies dans les pages de *S & V*, comparé à celles de *S & A*. Elles permettent en effet, selon Jacobi, de « *révéler l'invisible pour en faire un objet observable, concret, mesurable au besoin, cet objet ayant alors le statut de témoin, une sorte de preuve du réel* ». Elles renforcent cette volonté d'être rigoureux jusque dans les photos. Il faut en effet apporter le maximum de preuves possibles et concrètes pour le lecteur. Ces photos prises au moyen de puissants microscopes électroniques sont d'une grande précision et fournissent rapidement au destinataire des indications susceptibles de l'aider à comprendre l'image. D'une grande qualité visuelle également, elles ont une valeur expressive autonome qui, par son étrangeté, peut attirer l'attention du lecteur. Elles contribuent donc à la fois à une volonté de précision, de rigueur et de curiosité. Enfin, si l'on regarde la surface en cm<sup>2</sup> qui leur est accordée sur l'ensemble des numéros, on s'aperçoit qu'il s'agit du double pour *S & V*, c'est-à-dire 8 848 cm<sup>2</sup> contre 4 413 cm<sup>2</sup> pour *S & A*.

Les titres, également, restent très informatifs. Nous pouvons, pour justifier cette affirmation, citer une étude réalisée sur *S & V* et *S & V Junior* par Sylvie Freyermuth<sup>2</sup>. Elle a, en effet, réalisé un travail sur la syntaxe des titres et des chapeaux. Elle a ainsi pu constater que les titres dans *S & V* se rapprochaient du modèle canonique de base, à savoir sujet-verbe-attribut. Elle a, de plus, remarqué une constante : la fréquence importante du verbe être, « *le plus souvent dans son rôle de copule qui gomme la charge sémantique apportée par le verbe et privilégie la relation sujet / caractéristique qui lui est attribuée* ». Cette analyse portant sur les titres confirme donc nos résultats. Ils apportent une information claire dont le but est d'aider le lecteur à retenir l'information capitale du texte.

## Neutralité et position statique

Cette rigueur installe finalement le magazine dans une position très statique qui participe d'ailleurs d'une impression de neutralité. L'exemple le plus révélateur tient sans doute dans le format du magazine qui constitue la première différence visible entre les deux titres : 183 x

242 mm pour *S & V* contre 210 x 285 mm pour *S & A*. Ce petit format confère à *S & V* une apparence qui se rapproche davantage du livre, idée d'ailleurs rencontrée dans différents entretiens. *S & A*, quant à lui, prend davantage l'apparence d'un *news* magazine.

Au-delà de cette idée, le format se rapprochant davantage d'une forme carrée pour *S & V* serait, selon Duplan et Jauneau (2004), signe de neutralité<sup>3</sup>. En effet, le carré détermine une absence de tension et représente un support idéal pour diffuser une information objective, qui n'oriente pas le lecteur. À l'inverse, la forme beaucoup plus rectangulaire de *S & A* incite à la tension. Plus la hauteur est grande et plus l'on accroît l'idée d'un dynamisme. Plus la largeur est grande, plus c'est l'idée de statisme qui est renforcée. *S & A* se positionnerait donc davantage dans cette notion de dynamisme et d'action. *S & V*, quant à lui, en privilégiant en outre les illustrations sur la double page, se retrouve plus souvent avec des illustrations dont la largeur est plus importante, et privilégie alors leur statisme. À cette neutralité dans la présentation du support et des illustrations suit donc la neutralité des informations et cette volonté de poser les choses, d'en faire un bilan.

Finalement, *S & V* se placerait dans une position de traducteur objectif, indispensable à la compréhension et au décryptage de la science. En étudiant les expressions utilisées pour désigner les rubriques, on s'aperçoit finalement que des désignations comme « Décodage » et « Repères » insinuent que la science a besoin d'être décodée pour être compréhensible et que le lecteur a besoin de balises pour la comprendre. Ces deux termes, en se présentant pourtant comme une aide, renforcent cette idée de barrière qui existe entre les scientifiques et les non-initiés. Ils rappellent cette distance, exprimée dans de nombreuses études sur la vulgarisation scientifique, entre le langage scientifique (parfois ésotérique) et le langage commun. *S & V* se pose alors comme le traducteur, celui qui va décoder c'est-à-dire « traduire en langage clair un message formulé en code » (*Petit Robert*), comme si le langage scientifique était un code, uniquement compréhensible pour les initiés.

Ces critères qui participent activement à la singularité de la position du magazine sont également dépendants d'une impression de distance conférée au magazine et fortement exprimée lors des entretiens avec les divers répondants. Or cette distance peut tourner à l'avantage de *S & V*, qui se pose alors comme un intermédiaire indispensable et justifie sa position exceptionnelle. À l'inverse, pour que son décryptage soit utile et reste surtout compréhensible, *S & V* doit se montrer proche et accessible. On retrouve finalement ici expliquée la contradiction récurrente exprimée dans les entretiens.

## Accessibilité visuelle

Pour rendre sa traduction compréhensible au lecteur, *S & V* doit se rendre accessible. Il voit cette accessibilité au lecteur comme un devoir. Il se montre donc particulièrement à son écoute : de façon d'ailleurs très concrète, avec un service exclusivement réservé aux lecteurs, le « Courrier du lecteur » ou la rubrique « Questions-réponses ». Le magazine tente donc bien de se mettre au service de ceux qui le lisent pour leur donner toutes les clés nécessaires à la compréhension.

Il accorde alors une certaine importance à la diversité, notamment des niveaux de lecture, pour que chacun puisse y trouver sa clé d'entrée dans le texte. La place accordée aux encadrés dans *S & V* en témoigne : ce sont véritablement des outils, dans le sens où ils se caractérisent par une charte graphique particulière, avec une dénomination particulière... On les retrouve régulièrement sous la même forme d'un numéro à l'autre, ce qui n'est pas le cas chez *S & A*. Cela témoigne d'ailleurs d'une volonté de donner des repères également dans la maquette.

Au total, *S & V* en compte davantage : 198, soit une moyenne de 15,2 par numéro contre 13,1 pour *S & A*. Avec une moyenne de 56,6 articles par numéro chez *S & V*, nous arrivons à une moyenne de près de 0,3 encadré par article (brèves comprises). Avec 92,2 articles en moyenne par numéro chez *S & A*, nous y comptons alors environ 0,14 encadré par article. *S & V* privilégie les diversités d'entrées dans un papier, ce qui laisse à la fois une certaine liberté de lecture. Il essaie de donner un maximum de pistes de réflexion sur un même sujet. À l'inverse, *S & A* guide davantage son lecteur de façon beaucoup plus déterminée. De même, il semblerait que le choix dans la taille des articles soit plus diversifié chez *S & V*.

C'est finalement sur une accessibilité visuelle que *S & V* mise. Tel est d'ailleurs le compromis que le magazine aurait trouvé pour allier rigueur et complexité des sujets abordés avec ce besoin de rester accessible. À travers l'iconographie, il cherche à mettre à la portée de ses lecteurs des outils de compréhension diversifiés, tout en alliant esthétisme et fonction informative.

Sa maquette, devenue plus moderne avec la nouvelle formule du magazine sortie en mai 2002, a principalement mis l'accent sur le découpage des rubriques et les illustrations. La maquette de *S & V* fonctionne désormais davantage sur les doubles pages. Le magazine privilégie donc les photos situées sur la double. Or la culture de l'image étant devenue très forte depuis l'apparition de la télévision, les lecteurs ont pris l'habitude de voir la double page comme une sorte d'écran, une

seule surface. En procédant de la sorte, *S & V* donne alors davantage la primauté à l'image. Le texte et son décodage viennent ensuite. Ainsi, la lisibilité et la visibilité du magazine se mettent au service de l'information.

*S & V* parle alors d'une science compliquée et distante, mais qu'il essaie de rendre attirante dès le simple feuilletage du magazine. Ce compromis confirme finalement la contradiction évoquée précédemment entre rigueur et accessibilité, deux notions qui ne se montent pas si incompatibles.

Cette description pourrait finalement expliquer cette vision « professorale » conférée au magazine (qui n'a rien à voir cependant avec une volonté d'éducation de son lecteur), évoquée à plusieurs reprises lors des entretiens. C'est une notion qu'ont d'ailleurs retrouvée Luc Boltanski et Pascale Maldidier (1994), lors de leur analyse menée auprès de 6 000 lecteurs de *S & V*. Selon les deux auteurs, lire *S & V* est une activité jeune, liée aux phénomènes de précocité qui caractérisent les héritiers, prioritairement ceux qui sont engagés dans un cursus d'études scientifiques. Pour beaucoup de jeunes écoliers et étudiants, il est donc aussi normal de lire cette revue pendant leur jeunesse que de l'abandonner à leur maturité, pour une lecture plus difficile comme *La Recherche*. Ils parlent alors de lecture conformiste de *S & V* ainsi que de lecture-exploitation. Cette forme de lecture, caractéristique culturelle de la vulgarisation, concernerait alors les « grands sérieux » qui traitent la revue comme un manuel scolaire.

Entre traducteur et professeur, *S & V* se pose finalement en médiateur de la science. Il reste certes à l'écoute de ses lecteurs, mais continue à suivre son propre programme qui consiste justement à emmener son lecteur là où il ne l'attend pas.

## **Surprendre le lecteur**

En traitant un maximum de thèmes, même les plus éloignés *a priori* de la connaissance commune, *S & V* emmène son lecteur dans des domaines qu'il n'attend pas, et en particulier qu'il connaît peu. C'est une première façon de chercher à le surprendre.

Les illustrations, elles-mêmes, témoignent d'une volonté de montrer l'invisible, à l'œil nu, à son lecteur, et ce, du plus petit au plus grand. Par rapport à *S & A*, le magazine *S & V* privilégie en effet la place des paysages et des corps microscopiques dans le contenu de ses photos. De quoi ainsi l'intriguer et lui donner envie d'assouvir sa curiosité par la lecture.

La notion de voyage est également fortement représentée dans le magazine et s'accompagne d'une impression de liberté et d'évasion, en particulier avec la rubrique « Exploration ». Cette rubrique, dont le but est de raconter une histoire scientifique sur plusieurs pages, laisse une grande liberté aussi bien dans sa forme que dans son contenu. Un même sujet s'étale sur une moyenne de 17 pages, fait rare dans un magazine. Les illustrations sont nombreuses et prennent souvent la totalité de la double page. C'est finalement sur une invitation au voyage que se termine le magazine.

L'analyse de discours du magazine *S & V*, réalisée à l'aide du logiciel Alceste, a notamment témoigné d'une volonté de mise en récit de la découverte scientifique dans un souci d'exciter la curiosité du lecteur. Dans les analyses de discours vulgarisé, l'accent a souvent été mis sur la mise en récit tant de la découverte scientifique que du savoir. La recherche est une affaire de patience et d'obstination, mais aussi une aventure. Le journaliste scientifique n'appréhende donc pas la réalité de la même façon que le chercheur. L'homme de laboratoire serait ainsi régi par un idéal d'objectivité qu'il ne peut finalement pas atteindre. Si le chercheur doit feindre de ne rien désirer lorsqu'il présente une théorie, sa recherche ne pourra être racontée sans qu'un modèle implicite ou explicite de son désir de savoir soit actualisé.

Il réside alors dans l'histoire de l'activité scientifique une action ou une intrigue comme dans un roman. Dans le récit vulgarisateur hérité des Lumières, le savant s'acharne à percer les mystères de la nature, poussé par l'amour désintéressé de la connaissance, au service du bonheur de l'humanité. Les articles contemporains se tourneraient davantage vers le journalisme à sensation à base « *de lutte sans merci de chefs de laboratoire prêts à tout pour conquérir le pouvoir* » (Jacobi, 1999). Selon l'ensemble de nos résultats d'analyse du discours des deux magazines, *S & V* se positionne dans une narration qui vise à exciter la curiosité alors que *S & A* cherche davantage à mettre la science en spectacle à l'aide d'actants.

En ce qui concerne *S & V*, ces résultats rejoignent ceux d'un travail réalisé par Daniel Jacobi<sup>5</sup>. Il s'agissait, en effet, de l'analyse d'un document extrait de *S & V*, à partir de sa source c'est-à-dire du texte d'origine. La comparaison concluait sur une personnalisation de la découverte dans *S & V*. On y parlait, entre autres, de « déroulement du récit », de « personnages », d'« héroïne » ou encore de « fiction scientifique ». Ces résultats vont donc également dans le sens d'une narration « aventure » plutôt que « spectacle ». La rubrique « Exploration » accorde d'ailleurs une importance particulière au fait

que l'intérêt ne porte pas tant sur les héros que sur la quête en elle-même. Mais, plus qu'une attente du lecteur, il s'agit bien d'un signe de reconnaissance propre au magazine, où la simple curiosité peut suffire à expliquer un besoin de connaître, mais aussi l'enthousiasme communicatif, retrouvé dans les entretiens, celui du partage et donc de la vulgarisation. À l'image des Lumières, la vulgarisation peut alors être désintéressée.

Toujours dans l'étude réalisée par Luc Boltanski et Pascale Maldidier<sup>6</sup>, une autre forme de lecture propre à *S & V* a été rencontrée : les deux auteurs l'appellent la lecture « désintéressée ». Ils expliquent que les lecteurs durables de *S & V* ont une stratégie personnelle qui s'oppose à l'idée d'une action de transformation organisée. Elle correspond, en effet, à une dynamique personnelle liée aux aspirations que la démocratisation du système scolaire a fait naître sans être capable de les satisfaire. Il s'agit donc d'un autodidactisme institutionnalisé, une course à la formation permanente, dû à un trouble du repérage social. La lecture durable de *S & V* serait en somme une activité désintéressée et une conduite interprétable comme l'effort de combler un décalage social.

### **S & V, désir de savoir comme fin en soi**

L'analyse finale du discours des deux magazines vient finalement appuyer l'ensemble des résultats obtenus dans l'étude et permet également d'avancer dans la réflexion en s'intéressant aux ambitions vulgarisatrices de chacun. Chacune des caractéristiques relevées pour *S & V* témoigne finalement d'une vision du désir de savoir comme fin en soi, aussi bien pour le vulgarisateur que pour son lecteur.

Dans cette analyse, *S & V* est surreprésenté dans deux classes de l'ensemble intitulé « Compréhension et Découverte du monde ». Elles laissent transparaître une soif de connaissances, purement scientifiques, sans qu'aucun autre enjeu n'intervienne. Ces deux classes qui sont donc les plus représentatives du contenu de *S & V* expriment un désir de savoir totalement désintéressé. Cette conception du désir de savoir est expliquée de différentes façons par Freud ou Bachelard mais, pour chacun, il est possible que le désir d'apprendre, de chercher et de connaître constitue à lui seul un intérêt. La seule quête de la connaissance, et donc le seul désir de savoir, pourrait alors constituer une fin en soi, pour la majorité du contenu de *S & V* et ainsi de ses lecteurs. La notion de plaisir est alors associée à ce désir, ainsi qu'à celui de partage de ces connaissances. L'enthousiasme communicatif pourrait donc expliquer une diffusion *a priori* désintéressée de connaissances.

En d'autres termes, répondre à la curiosité de ses lecteurs serait une source de plaisir suffisante pour justifier la vulgarisation. La mise en récit serait alors un moyen d'exciter ou de réveiller cette curiosité chez son lecteur. Quant au partage des savoirs, il se justifierait par une volonté de lutter contre des craintes dues à des ignorances. L'information sur les concepts et les démarches scientifiques serait une condition pour que le citoyen ne subisse pas simplement les effets d'une organisation technique et pour lui éviter de la penser en termes de destin ou de magie. La volonté vulgarisatrice de *S & V* ne se base pas sur un désir de pouvoir *S & V* ne cherche pas à maîtriser les objets au titre de l'utilité quotidienne, mais à maîtriser leur fonctionnement pour ne pas être régi par l'ignorance. La visée politique de *S & V* se baserait alors uniquement sur une démocratie des connaissances.

### **S & A, un regard social sur la science**

Pour mieux cerner l'originalité de cette description du magazine *S & V*, il faut aussi connaître, de façon un peu plus détaillée, les particularités de *S & A*. Une connaissance qui devrait aussi aider à comprendre le succès de la cohabitation de ces deux magazines sur un même créneau, et leur exclusivité.

*S & A* a une vision plus sociale de la science si l'on en croit notamment la forte proportion des thèmes liés à la société au sein de ses articles. Dans l'analyse de discours, le magazine s'est également trouvé surreprésenté dans deux des classes appartenant à l'ensemble « La Recherche comme fait social », représentant la face éthique de la science. Ainsi, en portant un regard social sur la science, *S & A* souhaite communiquer sur des enjeux qui concernent tous les hommes.

Il porte alors un regard critique sur la science en tant que fait social et pousse son lecteur à réagir sur des faits de son quotidien. *S & A* traite en effet souvent ses sujets de façon factuelle et se pose davantage comme un accompagnateur de la science dans la société. Il monte également une volonté d'action au travers de ses illustrations, ses textes ou tout simplement le nom de ses rubriques.

On remarque en effet dans l'appellation de ces rubriques la forte présence de formes verbales qui incitent à l'action. Ce constat peut être mis en parallèle avec une description du sommaire de *S & V* des années 1980<sup>7</sup>. Le contenu rédactionnel de *S & V* y était, en effet, distribué entre trois rubriques : « Savoir » (qui traite des choix rédactionnels) ; « Pouvoir » (espace consacré aux applications de la recherche dans l'industrie) ; « Utiliser » (qui s'intéresse à l'environnement quotidien où

sont appliquées les technologies décrites). Ces appellations seraient justifiées par la volonté annoncée du magazine à ce moment. En effet, il y est précisé que « forte de la conviction que les choix scientifiques sous-tendent les décisions politiques et économiques, Science et Vie veut aider le lecteur à comprendre le monde dans lequel il vit pour agir sur lui ». Et c'est bien « en conséquence » que ce choix de rubriquage a été fait en 1980 pour S & V et actuellement, pour S & A.

La connaissance et le savoir auraient donc pour but de pouvoir agir et de réagir sur des décisions politiques et économiques de la société. S & A se pose alors comme un accompagnateur de la science dans la société, parfois même comme un guide qui incite et laisse moins de liberté d'action. Il finit, en effet, par orienter son lecteur dans la direction de son choix. Il utilise, pour cela, aussi bien l'iconographie et la maquette. Son regard, plus vivant et dynamique, le contraint en effet à donner des proportions aux choses et aux gens qu'il interroge, notamment à cause du format de son support.

### La science en spectacle

S & A veut impérativement montrer les actants sociaux de cette science : les montrer en action et les faire parler. Il finit alors par mettre la science en spectacle par l'intermédiaire de personnalités. Une étude plus approfondie sur la présence humaine au travers des photographies a permis de dresser clairement ce constat. Au premier abord, en effet, il apparaît que S & A n'est que légèrement plus « humanisé » visuellement, en termes de proportion de photos avec une présence humaine. La proportion de photos contenant une célébrité y est, quant à elle, nettement supérieure à celle de S & V, même si on pouvait *a priori* s'attendre à plus de différences entre les deux magazines, les rumeurs voulant que S & A soit beaucoup plus humanisé. Le nombre de chercheurs présents dans l'un et l'autre magazine est quasiment égal (185 contre 189), leur proportion chez S & V étant même plus importante. Pour comprendre d'où est née cette impression, il faut donc se tourner vers la façon dont sont traitées ces illustrations.

La différence se fait notamment sur le nombre de célébrités présentées qui représentent près du double chez S & A (76 contre 41). Si l'on regarde à présent la surface moyenne qui leur est accordée de part et d'autre, ces résultats sont encore plus flagrants. En effet, la moyenne des surfaces de photos comprenant des personnes est la même (102 et 103 cm<sup>2</sup>). En revanche, lorsqu'il s'agit de montrer un chercheur ou une célébrité, les surfaces doublent pour S & A : les photos comprenant des



chercheurs mesurent en moyenne 60 cm<sup>2</sup> chez *S & A* et 39 cm<sup>2</sup> chez *S & V*, et comprenant une célébrité, 83 cm<sup>2</sup> pour *S & A* et 46 cm<sup>2</sup> pour *S & V*. *S & A* n'est donc pas véritablement plus humanisé en nombre. En revanche, le magazine met davantage en avant les chercheurs par la surface des photos qui leur sont accordées et la renommée des gens qui y sont présentées.

Si l'on considère la proportion de ces moyennes de surface par rapport à la surface d'une page pour chaque magazine (le format de *S & A* étant plus grand), la présence humaine prend alors, de façon logique, plus de place dans la page pour *S & V* avec 34 % d'une page contre 23 % pour *S & A*. Pour les chercheurs, les chiffres se rejoignent. En revanche, pour les célébrités, *S & A* domine toujours *S & V* avec 19 % contre 15 %. C'est donc véritablement sur cette mise en avant de personnalités que la différence semble se faire, que ce soit en nombre ou en surface accordée, ce qui n'est finalement pas si évident pour les chercheurs. Des résultats qui devraient s'accroître avec l'apparition, au cours de l'année étudiée, de la rubrique « Rencontre », dans laquelle *S & A* laisse la parole à un chercheur de renommée sur un sujet.

Mais déjà, 70 % des célébrités chez *S & A* sont des chercheurs ou des porte-parole connus de la science, alors qu'ils ne sont que 49 % chez *S & V*. Cela signifie donc que lorsque *S & V* montre une personnalité, ce n'est pas pour mettre en spectacle les actants de la science. Il s'agit souvent d'un autre cadre, un éclairage politique par exemple. Ils proviennent d'ailleurs à 39 % de la rubrique « Le Point sur... » qui présente différents aspects du contexte d'un sujet scientifique.

En outre, les photos comprenant des célébrités sont présentes dans 46 % des dossiers de couverture de *S & A* (29 % « En couverture » et 17 % en « Dossier »), contre seulement 17 % dans « À la Une » pour *S & V*.

Sur l'ensemble, les photos de *S & A* sont davantage dans une logique de mouvement. Les proportions de personnes en action sont, ici, équivalentes pour les deux magazines avec respectivement 71 % et 74 %, des chiffres élevés qui témoignent d'une volonté de rendre vivant le magazine dans les deux cas. En revanche, les chercheurs et les célébrités sont davantage présentés dans une action chez *S & A*, surtout pour les chercheurs avec 32 % (contre 11 %). On voit donc autant les gens qui font la science chez *S & V* mais on les voit beaucoup moins en train de la faire.

Mais les photos ne font qu'illustrer un contenu et une volonté générale du magazine de donner la parole aux actants de la science. Trente-six % des encadrés comptabilisés dans *S & A* sont des « Avis » (contre seulement 6 % chez *S & V*), c'est-à-dire qu'ils font appel à des

experts scientifiques sur une question pour donner leur avis, ce qui sous-entend par ailleurs la non-objectivité du propos. En laissant ainsi une parole disproportionnée à certains des actants de la science, *S & A* ne peut s'empêcher d'orienter le débat ou la question scientifique soulevée.

### **L'accessibilité par la simplicité**

*S & A* montre une volonté de rester simple, dans le choix des thèmes abordés notamment, mais aussi dans leur traitement. Le magazine privilégie les sciences humaines et naturelles, les sciences « dures » n'étant traitées qu'en second lieu. Ces disciplines sont, en effet, plus simples à comprendre mais aussi à illustrer.

*S & A* préfère, en effet, insister sur le nombre de sujets abordés plus que sur le nombre d'informations apportées sur un même sujet. Le magazine joue aussi sur la simplicité du traitement, qui se justifie notamment avec la forte présence de brèves sur la totalité des articles.

Finalement, en survolant un ensemble diversifié d'articles, *S & A* montre une volonté de conserver un certain dynamisme. La notion d'action est fréquente dans les pages du magazine, aussi bien dans le contenu avec une invitation sous-entendue à agir sur la société comme nous l'avons vu, mais aussi en termes de vitalité du magazine. Dès le premier coup d'œil, les couleurs privilégiées sur la couverture en témoignent : le bleu, le rouge et le jaune arrivent en tête pour les deux magazines, mais dans un ordre de prédilection différent. *S & A* privilégie le rouge au bleu et *S & V* le bleu au rouge. Ainsi, *S & A* privilégie la force, la joie de vivre et l'aspect professionnel que symbolise en particulier le rouge foncé. *S & V*, quant à lui, privilégie, à ces aspects, la couleur de la vie spirituelle, symbolisant le monde des pensées, et pour le bleu-vert, le sérieux et la réflexion. Si l'on suit le symbolisme de ces couleurs, *S & A* veut montrer sa force et sa vitalité avant tout, renforcée par une volonté d'action. Avec le brun, *S & A* se montre aussi plus souvent comme un magazine réaliste, proche du quotidien de son lecteur et s'intéressant à des sciences beaucoup plus terriennes. À l'inverse, *S & V* se veut être un magazine de réflexion spirituelle, avant de mettre en avant sa force et sa vitalité pour attirer.

Tous les éléments contribuent à ce dynamisme, même les imperfections. L'instabilité du magazine, et de la maquette moins organisée par exemple, l'installe en effet dans une mouvance presque volontaire. Il se montre ainsi presque plus ancré dans un présent incertain. De même, en cherchant à mettre la science en spectacle, il montre aussi la science de façon plus vivante et dynamique. En la rendant

ainsi plus humaine et accessible, *S & A* désacralise la science, et la rend donc plus proche.

### Concerner le lecteur

La loi de proximité se décline en plusieurs aspects. Tout d'abord, *S & A* répond à la proximité temporelle en accordant une place de prédilection aux actualités dites « chaudes », constituant une partie plus consistante que les dossiers de Une dans le journal (près de 20 % contre 14 %). Ensuite, en ce qui concerne la proximité géographique, l'analyse de discours a permis de relever, à plusieurs reprises, une volonté de se référer, régulièrement et concrètement, à la France ou à l'Europe, dans le but d'interpeller davantage le lecteur.

*S & A* accorde également une grande importance à la proximité affective, c'est-à-dire à l'intérêt humain, en privilégiant tout d'abord les sciences humaines aux sciences fondamentales. Il cherche d'ailleurs à vendre le magazine sur ce genre de sujets qui sont en effet majoritairement traités en couverture. Parmi les sujets les plus exploités en vue de concerner la « nature humaine », on trouve notamment le domaine de la santé.

Une autre manière de toucher le lecteur : développer des sujets concernant la vie pratique. *S & A* cherche notamment à mettre en avant les applications pratiques de la science. Prenons, par exemple, les thèmes « Loisirs », « Photo » ou « Télévision/Vidéo » qui sont davantage traités sous forme de brèves chez *S & V* sous la rubrique « Ils l'ont fait ». La présentation de ces applications technologiques de la science se fait donc davantage de façon consumériste. À l'inverse, *S & A* privilégie les articles longs qui touchent à 18 % les papiers de la rubrique « Innover ». *S & A* s'attache ici plus à donner une explication détaillée sur l'utilisation d'un produit et donc à développer ce qui touche aux applications pratiques.

Il cherche ainsi à se montrer comme un magazine proche du quotidien de son lecteur. La notoriété fait également partie de ces moyens, et *S & A* fait un véritable effort dans ce domaine, comme l'a montré l'analyse détaillée des photographies. La proximité et le fait de « concerner » le lecteur font donc partie des objectifs du magazine.

Chacune de ces particularités de *S & A* appuie une vision du désir du savoir comme pouvoir, conclusion fortement avancée à l'aide de l'analyse de discours et d'une réflexion sur l'entreprise vulgarisatrice des magazines. *S & A* est ici surreprésenté dans deux classes appartenant à l'ensemble « La Recherche comme fait social ». Ces deux classes témoignent d'une vision politique de la science et d'une volonté d'action.

Lorsque l'on parle alors de désir de savoir comme désir de pouvoir, cela semble davantage correspondre à l'entreprise de *S & A*. En effet, les résultats précédents ont permis de dégager un besoin du magazine de se montrer concret et pratique pour son lecteur. Cette volonté de donner les moyens à tous d'agir sur le quotidien pourrait finalement être une explication à ce désir de partage du savoir. Ainsi, en montrant la science comme un fait social, *S & A* la montre aussi comme un problème concernant directement les lecteurs citoyens. La mise en récit lui permet alors d'humaniser la science pour mieux la socialiser. C'est donc en construisant des personnages qu'il fait vivre son récit, et en faisant intervenir des actants connus de la science qu'il la met en spectacle. Il utilise d'ailleurs cette mise en récit pour rendre accessible à tous sa vision politique sur la science. En effet, donner des clés supplémentaires afin de mieux comprendre la société est une façon politique de traiter la science, notamment en en montrant les enjeux. *S & A* cherche ainsi à l'alerter sur des phénomènes sociaux dont dépend la communauté scientifique.

Le magazine estime finalement que l'ignorance de ces phénomènes pourrait fausser sa compréhension de la science. L'implication du titre dans des débats politiques et éthiques, l'ensemble des termes « Sciences » et « Avenir » étant fortement représenté dans ces classes, incite finalement son lecteur à y prendre part. Il existe donc une véritable invitation et une volonté d'action qui témoignent de ce désir d'agir sur la société. La science constitue un moyen d'action sur le vivant et une discipline sur laquelle il est possible d'avoir des avis en tant que citoyen. Le désir de savoir scientifique et le désir de savoir sur la science s'apparentent donc tous deux à un désir de pouvoir.

### **Deux magazines finalement complémentaires**

Le sentiment d'une concurrence presque inexistante avec *S & A*, évoqué par certains journalistes de *S & V*, pourrait simplement s'expliquer par le fait que les deux magazines ont des ambitions relativement différentes. Ils appartiennent, certes, au même créneau sur un marché économique, celui de la presse de vulgarisation scientifique « généraliste grand public », mais leur entreprise vulgarisatrice première est finalement assez opposée. Leurs attentes sont donc différentes même si elles se croisent : l'un va surtout attendre d'une théorie qu'elle propose une nouvelle vision achevée du monde (*S & V*), l'autre, qu'elle apporte rapidement les preuves de son efficacité pratique pour améliorer le quotidien (*S & A*).

Les lecteurs ne vont donc pas lire l'un et l'autre magazine de la même façon ni avec le même intérêt final. *S & V* touchera davantage un lecteur curieux de sciences, qui veut en comprendre les détails et les fonctionnements en profondeur, un lecteur qui assouvit finalement un besoin personnel de connaissances. *S & A* parlera davantage à un lecteur curieux de se tenir informé sur tous les domaines de la société, et donc sur toutes les disciplines de la science, un lecteur qui cherche ainsi à s'intégrer lui-même dans la société.

Le public de ces deux magazines peut donc se croiser en fonction d'un désir irrégulier du lecteur. Mais, dans l'ensemble, il compte chacun une forte proportion d'abonnés qui ont trouvé, dans l'un ou l'autre, une vision de la science qui leur convient et ne s'intéressent finalement que très peu au « concurrent ». Ainsi, généralement, les lecteurs de l'un ou l'autre magazine complètent leur lecture de préférence avec un magazine qui change de créneau (*Géo*, *Ça m'intéresse*, *Ciel et Espace*, etc). Et lorsqu'ils passent d'un magazine à un autre en fonction de leur évolution, ils commencent par un *S & V Junior* ou *Ça m'intéresse*, par exemple, pour terminer avec *Pour la science* ou *La Recherche*, mais passent rarement d'un *S & V* à un *S & A* ou l'inverse.

Chaque revue a donc son « contrat de communication » et choisit ainsi, non pas la composition de son public, mais les limites de ce dernier. La forme de lecture, sa périodicité et sa logique peuvent alors varier de façon significative. De nombreux journalistes de *S & V* semblent d'ailleurs voir dans la logique de *S & A* un fonctionnement davantage hebdomadaire. Cette différence d'ambition vulgarisatrice pourrait également s'expliquer par leur différence d'ancienneté. En effet, toutes les formes de pouvoir se trouvent actuellement impliquées dans la vulgarisation scientifique, davantage qu'au début du XX<sup>e</sup> siècle. Finalement, Pierre Fayard (1988)<sup>8</sup> décrivait l'évolution de la vulgarisation scientifique dans les termes suivants : « *De véritable fin en soi, la vulgarisation se transforme en moyen, en outil au service d'enjeux qui dépassent le seul contenu scientifique du message véhiculé, et l'insèrent dans un contexte social et économique plus vaste.* »

Les différences entre les deux magazines pourraient finalement être dues à une évolution de la vulgarisation et à un déplacement des intérêts. Une étude récente confirmerait d'ailleurs cette évolution des attentes des lecteurs, vue par les journalistes scientifiques. En effet, David Zavaglia (2004)<sup>9</sup> a recueilli les avis d'une trentaine de journalistes scientifiques français (presse, radio et télévision), notamment sur leur vision des attentes des lecteurs / spectateurs en matière d'information scientifique. Ainsi, les progrès médicaux au quotidien seraient alors vus

comme leur première attente, suivis des nouvelles technologies également associées à la notion de progrès. La compréhension des mécanismes de l'univers et les grandes questions existentielles, qui avaient pourtant une place prépondérante notamment dans les années 1980, se retrouvent finalement loin derrière. L'intérêt se serait donc recentré sur l'individu. *S & A* semble donc avoir suivi cette évolution. *S & V*, quant à lui, a suivi l'évolution des magazines en tant que tels, en modernisant sa maquette, mais les bases mêmes de son ambition vulgarisatrice semblent finalement rester assez constantes. Cette constance était d'ailleurs, lors des entretiens, présentée comme une composante de la stabilité de sa position dominante.

Dans cette présentation du désir de savoir comme fin en soi, *S & V* se rapproche finalement davantage de l'ambition idéaliste des Lumières que d'un journalisme à sensation actuel. En restant sur ses ambitions anciennes, qui peuvent paraître un peu hors temps dans le contexte économique actuel, *S & V* se distingue et renforce ainsi sa position exceptionnelle, à la fois distante et admirable■

### *Notes*

1. Jacobi D. (1999), *La communication scientifique, Discours, figures, modèles*, Presses universitaires de Grenoble.
2. Freyermuth S. (2004), *Le goût des mots et l'appétit des sciences : quelques remarques pragmatiques et stylistiques sur deux magazines de vulgarisation scientifique*, CMB-LS, E.A. 1102 - Université de Metz.
3. Duplan P. et Jauneau R. (2004), *Maquette et mise en page*, Cercle de la Librairie.
4. Boltanski L. et Maldidier P. (1977), « *La vulgarisation scientifique et son public* », thèse sur la lecture des revues de vulgarisation, EHESS, Centre de sociologie européenne ; cité dans Jeanneret Y., *Écrire la science. Formes et enjeux de la vulgarisation*, PUF, Paris.
5. Jacobi D., *op. cit.*
6. Boltanski L. et Maldidier P., *op. cit.*
7. Charon J.-M. (2003), *Les médias en France*, La Découverte (Repères).
8. Fayard P. (1988), *La communication scientifique publique, de la vulgarisation à la médiatisation*, La Chronique Sociale, Lyon.
9. Zavaglia David (2004), *Rapport d'enquête sur la diffusion de l'information scientifique*, UJF Metz.