

Au secours, je passe dans les médias !

Gros coup de stress : vous êtes sollicité(e) en tant que scientifique pour intervenir dans un média. Faut-il accepter ou refuser ? Comment vous préparer ? Que sera-t-il fait de vos propos ? Autant de questions légitimes auxquelles voici quelques réponses.

Des retombées bénéfiques

Première question importante : devez-vous accepter ? Dire oui, c'est s'exposer, être confronté(e) parfois à des « charlatans ». Mais si vous refusez, le journaliste fera appel à d'autres interlocuteurs, sûrement moins experts que vous, ou pas experts du tout. Certains scientifiques considèrent même que communiquer *via* les médias fait partie de leur mission de chercheur. Ainsi, le climatologue Jean Jouzel acceptait de participer à toutes les émissions – lorsqu'il avait le temps –, même lorsqu'il savait qu'il allait être confronté à des climatosceptiques notoires comme Claude Allègre.

D'autre part, ne sous-estimez pas les retombées bénéfiques de votre passage dans les médias pour vous, votre laboratoire et votre institution. Être cité(e) dans un article, ou présent(e) à une émission, c'est être lu(e) ou vu(e) par des centaines de milliers de personnes, parmi lesquelles des scientifiques d'autres disciplines, des industriels, des financeurs potentiels... Je connais ainsi un chercheur qui a été financé par L'Oréal suite à un documentaire.

Un message principal

Une fois que vous avez accepté, reste à se préparer. La pire erreur est d'aller dans les médias la fleur au fusil, en se disant qu'on se débrouillera vu qu'on connaît le sujet. Prenez le temps de vous poser quelques questions clés : quel message souhaitez-vous faire passer ? Est-il adapté au public de ce média ? Hiérarchisez vos idées, supprimez impitoyablement les détails et le superflu. Ne surestimez pas le niveau du public : on vise en général le niveau d'un élève de troisième pour la presse écrite et la radio, et d'un élève de sixième pour la télé car c'est un média familial.

Une fois que vous avez défini votre message, soignez la forme : repérez votre jargon, que vous remplacerez par des mots du quotidien. Cherchez des exemples parlants, éventuellement un ou deux chiffres clés (mais pas plus). Si possible, racontez une histoire, c'est ainsi que vous capterez votre auditoire. Testez vos analogies et vos exemples auprès de personnes représentatives du public que vous visez.

En presse écrite, plus vous serez clair(e), moins le journaliste risquera d'écrire des erreurs. Sachez qu'il n'a pas l'obligation de vous faire relire son texte – ni même vos citations –,



Alan Levine, CC BY 2.0.

mais n'hésitez pas à lui demander. Dans les médias audiovisuels, on ne garde parfois que quelques dizaines de secondes de votre interview. C'est pourquoi il faut vraiment faire passer votre message clé en quelques phrases courtes, et élaguer le reste.

Le plaisir de partager

Le jour J, pas de panique : vous avez une chance unique de partager votre passion avec le grand public, profitez-en ! L'interview n'est pas un examen avec le journaliste en guise de jury, ni un piège, c'est une discussion entre deux personnes qui ont le même but : parvenir à une information scientifique de qualité. Si vous êtes passionné(e) et enthousiaste, vous serez bien plus convaincant(e) que si vous êtes sur la défensive ! Oubliez vos collègues, ce n'est pas à eux que vous vous adressez, mais au public.

Si l'interview n'est pas totalement réussie, voyez-la comme une première expérience : même les très bons vulgarisateurs, les scientifiques les plus médiatiques, ont parfois été médiocres à leurs débuts. Vulgariser s'apprend.

Cécile MICHAUT,

docteure en chimie, journaliste scientifique et formatrice en vulgarisation (elle enseigne notamment aux chercheurs du CNRS avec la réalisatrice scientifique Audrey Mikaëlian). Elle a publié *Vulgarisation scientifique, mode d'emploi* (EDP Sciences, 2014) et fondé la société Science et partage (<https://www.scienceetpartage.fr>).

*michautc@wanadoo.fr