



Les principes de la vulgarisation scientifique

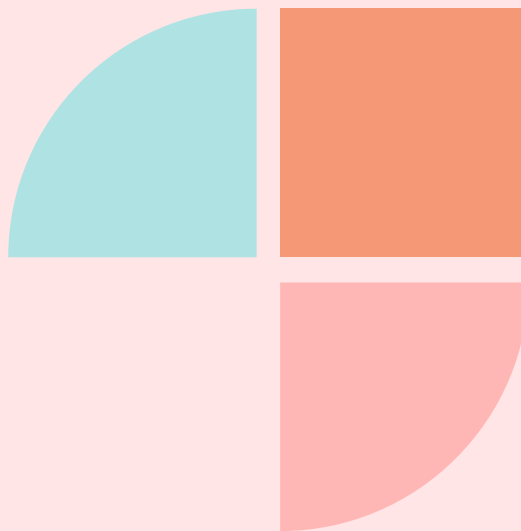
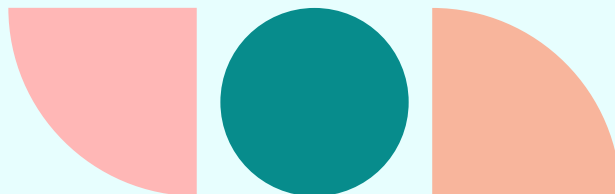


Table des matières

Pourquoi vulgariser?	3
Connaître son public.....	4
Bien traiter son sujet.....	4
Effectuer la recherche documentaire	5
Les caractéristiques d'une communication de vulgarisation scientifique	6
Préparer une bonne communication.....	7
Le titre	7
L'introduction	7
Le développement du sujet.....	8
La pyramide inversée.....	9
Les lois de la proximité.....	10
La mise en récit	10
L'intégration de données scientifiques	11
La conclusion.....	11
La médiagraphie.....	12
Crédits.....	13





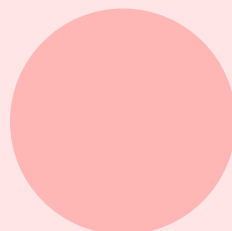
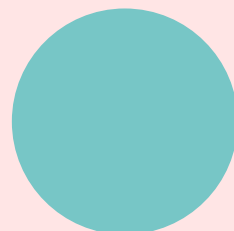
Pourquoi vulgariser?

La vulgarisation scientifique est un moyen de diffuser les connaissances complexes de la science. Elle établit des ponts entre les découvertes scientifiques et le grand public, permettant de comprendre le monde qui nous entoure.

La vulgarisation scientifique permet de :

-  **Démocratiser les savoirs** : elle lève les barrières qui isolent les champs du savoir.
-  **Lutter contre la désinformation** : fondée sur des faits scientifiques et historiques avérés, elle est un contrepoids essentiel qui propose des explications précises et fiables.
-  **Inspirer et éveiller la curiosité** : elle invite à explorer des sujets insoupçonnés, à en approfondir la compréhension et à poser des questions.
-  **Sensibiliser les personnes aux enjeux sociaux** : elle aborde souvent des problématiques contemporaines.
-  **Renforcer la culture scientifique** : elle incite à remettre en question des idées reçues.
-  **Transmettre la culture et l'histoire** : elle joue un rôle crucial dans la transmission de l'histoire, de la culture et des expériences humaines en préservant les récits et les leçons du passé pour les générations futures.

L'objectif de la vulgarisation scientifique est de rendre la science compréhensible, intéressante et utile!

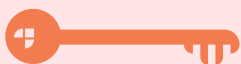
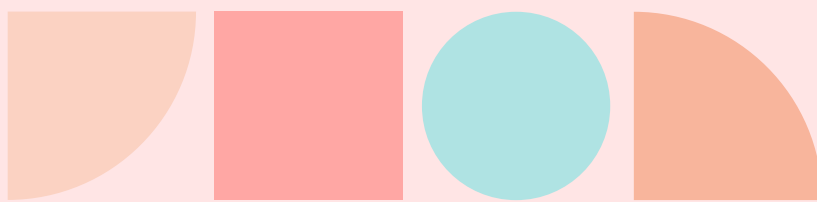




Connaître son public

Il est important de déterminer les caractéristiques du public à qui on s'adresse pour choisir les bons mots, les bons exemples et la meilleure façon d'expliquer les concepts. Il faut donc se poser les questions suivantes :

-  **Quelles sont les connaissances** de votre public par rapport à votre sujet?
-  **Quel est le vocabulaire technique** qui pourrait être difficile à comprendre par un auditoire non initié?
-  **Quels sont les exemples** qui rejoignent vos destinataires?



Bien traiter son sujet

Pour bien vulgariser un sujet scientifique, il y a deux principes essentiels à respecter :

-  **Circonscrire un seul sujet** et le développer sans chercher à résumer, même en termes simples, tous les volets d'une recherche.
-  **Capter l'attention de la personne** qui reçoit le message en tentant de rattacher la communication à tout ce qui peut la toucher : la recherche dont il est question aura-t-elle un impact dans sa vie? Le sujet s'inscrit-il dans l'actualité? Fait-il l'objet d'un débat?



Effectuer la recherche documentaire

Toute communication de vulgarisation scientifique doit être documentée. Il faut donc effectuer une recherche documentaire qui vous permettra de trouver le maximum de sources. Assurez-vous toutefois qu'elles sont fiables!

- 👤 Les revues avec comité de révision, les banques de données, les livres de référence et les sites gouvernementaux sont généralement des ressources objectives et riches en information.
- 👤 Vous pouvez mener une entrevue avec un spécialiste du domaine.

Des outils sont à votre disposition pour vous aider dans cette recherche :

**Visionnez
les deux capsules
sur la recherche
documentaire.**

**Consultez le guide
pour mener une
entrevue avec
un spécialiste.**



Les caractéristiques d'une communication de vulgarisation scientifique

Une communication de vulgarisation scientifique a pour objectif de rendre des connaissances complexes accessibles à un public non expert. Voici ses caractéristiques principales :

-  **Accessibilité et clarté** : le jargon technique est si possible évité, sinon expliqué.
-  **Structure journalistique** : la communication comporte un titre accrocheur, une amorce, le développement du sujet et une conclusion qui ouvre vers de nouvelles perspectives.
-  **Procédés explicatifs appropriés** : la communication contient des comparaisons, des analogies, des métaphores, des définitions et des exemples concrets qui facilitent la compréhension.
-  **Appuis visuels** : selon le support utilisé, la communication inclut des images, des graphiques ou des schémas pour éclairer les propos.
-  **Objectivité** : un point de vue neutre est adopté, pour être en cohérence avec la démarche scientifique.



Préparer une bonne communication

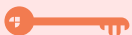
Le titre



Un bon titre est crucial pour attirer l'attention du public, communiquer le contenu essentiel et susciter l'intérêt. Il possède les qualités suivantes :

-  **Clarté et pertinence** : il donne une idée claire de ce qui sera traité.
-  **Originalité et intérêt** : il accroche le public et suscite son intérêt. Il peut inclure des jeux de mots, des métaphores ou des expressions percutantes.
-  **Concision** : généralement court et concis, il est composé de quelques mots ou d'une courte phrase.
-  **Intelligibilité** : à moins qu'il soit suivi d'explications immédiates, il ne contient pas de termes techniques et ne fait pas usage d'un jargon complexe.
-  **Émotion et curiosité** : il incite à vouloir en apprendre davantage, que ce soit en provoquant des émotions ou en piquant la curiosité.

L'introduction



Une bonne introduction présente les éléments suivants :

-  **L'amorce** : pour attirer l'attention, commencez par une anecdote, une question intrigante, une statistique étonnante ou une citation pertinente.
-  **Contexte scientifique** : pour situer le public, expliquez brièvement les bases du concept scientifique que vous allez présenter. Utilisez un langage simple et des analogies.
-  **Enjeux et applications** : montrez pourquoi ce concept est important et en quoi il a un impact sur la vie quotidienne, la société ou le domaine scientifique concerné. Donnez des exemples concrets pour illustrer vos propos (voir les lois de la proximité énoncées un peu plus loin).

Le développement du sujet

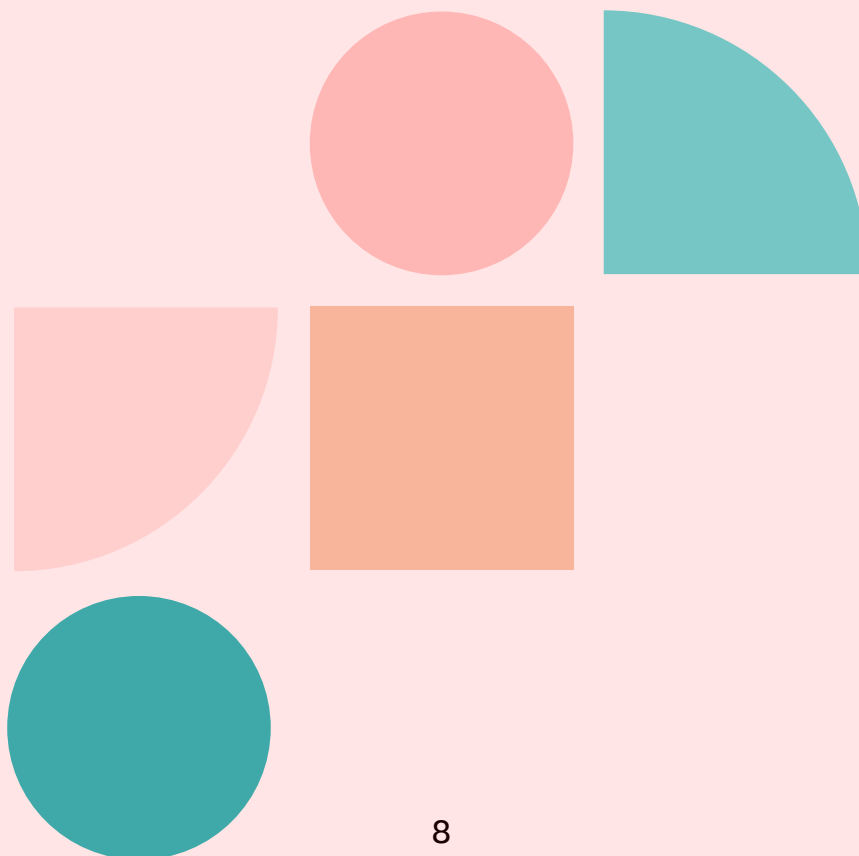


Pour structurer votre communication, divisez-la en parties distinctes, chacune abordant un aspect spécifique du sujet.

Tout au long du développement de votre sujet, assurez-vous de suivre les conseils suivants :

- 👤 **Traduisez les informations complexes** en concepts plus simples et expliquez chacun avec des termes compréhensibles.
- 👤 **Utilisez des analogies, des métaphores,** des personnifications et des exemples concrets pour rendre les idées abstraites plus tangibles.
- 👤 **Limitez l'utilisation de termes techniques** ou expliquez-les clairement lorsqu'ils sont nécessaires.

N'hésitez pas non plus à vous adresser à votre public, par exemple en lui posant des questions directes.



La pyramide inversée



La pyramide inversée (voir la figure 1) est une technique de journalisme qui vise à transmettre l'information de manière concise et efficace. Elle tire son nom de sa structure visuelle, où les éléments les plus importants de l'histoire sont placés au sommet et sont suivis de détails de moins en moins essentiels. Cette approche permet au public de saisir rapidement l'essence de la communication dès le début.

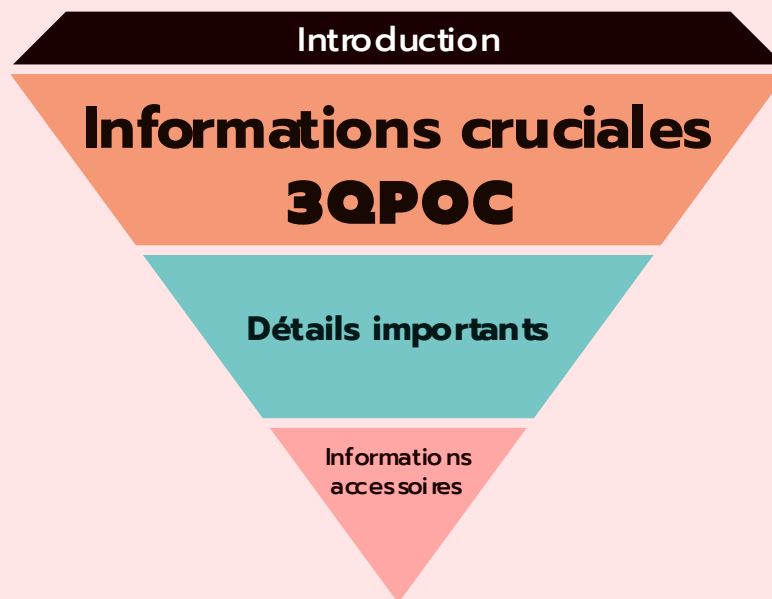


Figure 1 : La pyramide inversée

Les principes de la pyramide inversée sont les suivants :

-  **Les réponses aux questions cruciales (3QPOC) — qui, quoi, quand, pourquoi, où et comment** — sont présentées dès le début de la communication. Pour en savoir plus sur la méthode 3QPOC, consultez [les capsules sur la recherche documentaire](#).
-  **Les explications et les détails importants et plus complexes** sont développés dans le corps de la présentation.
-  **Les informations facultatives et plus contextuelles** sont abordées à la fin de la communication. S'il y a lieu, les controverses liées au sujet peuvent aussi y être présentées : différents points de vue peuvent ainsi être évoqués, tant qu'ils sont expliqués de manière objective et avec des arguments pour et contre.

Les lois de la proximité



L'utilisation d'exemples, d'études de cas et de données pertinentes est essentielle pour renforcer les propos exprimés. Pour sélectionner les détails à inclure, utilisez les lois de la proximité :

-  **Proximité géographique** : les événements qui se produisent dans la région locale ou proche du public ont tendance à être considérés comme étant plus pertinents.
-  **Proximité temporelle** : les événements récents ou en cours sont souvent plus attrayants, car ils sont plus susceptibles de susciter un intérêt immédiat.
-  **Proximité psychologique** : les histoires qui génèrent des émotions ou des préoccupations immédiates sont plus susceptibles de capter l'attention.

Selon le support utilisé pour la communication, il est également important d'inclure des illustrations, des graphiques ou des images qui soutiennent et clarifient les explications.

La mise en récit



Pour rendre une communication intéressante et ainsi accrocher le public, il est pertinent de présenter son sujet à la manière d'une histoire.

**Visionnez
les deux capsules
sur la mise en récit.**

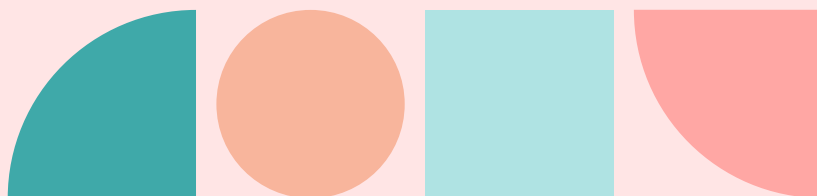
**Réalisez l'exercice
sur la mise en récit.**

L'intégration de données scientifiques

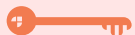


Les données servent à prouver, à illustrer ou à expliquer des concepts. Pour bien intégrer des données scientifiques dans une communication :

- 👤 **Mettez les données en contexte** et vérifiez leur exactitude.
- 👤 **Expliquez ce que les chiffres veulent dire** : comparez-les à quelque chose de connu ou transformez-les en image mentale.
- 👤 **Utilisez des comparaisons**, des images et des analogies.
- 👤 **Aidez le public** à interpréter les graphiques, les illustrations et les tableaux.
- 👤 **Simplifiez la forme, mais jamais le sens des données.**



La conclusion



Pour bien conclure votre communication :

- 👤 **Récapitez** les éléments clés qui ont été abordés.
- 👤 **Soulignez l'importance du concept** et de sa compréhension.
- 👤 Si cela est approprié, terminez par une note optimiste ou une invitation à l'action.

La médiagraphie



Il est très important d'inclure une médiagraphie, c'est-à-dire une liste structurée de l'ensemble des sources et documents consultés, dans une section indépendante à la fin de votre communication. Vous devez citer adéquatement les sources des informations communiquées, ainsi que celles des images, des illustrations, des graphiques ou des autres médias utilisés pour soutenir vos propos.

Pour citer vos sources correctement, consultez le protocole de présentation des travaux écrits de votre établissement d'enseignement. Le [protocole du Cégep de Sherbrooke](#) est disponible à titre d'exemple.

Retrouvez toutes les autres ressources des Clés de la vulgarisation sur le site du Cégep de Sherbrooke.



Crédits

Une production de



Contenus

Marilou Boisjoly-Cousineau
Jean Boisvert
Mélanie Coulombe
Georges Desmeules
Sébastien Dion
Olivier Domingue
Andrée-Anne Murray

Graphisme

Marie-Marguerite Schuehmacher

Coordination et édition

Christel Bouchetard-Aubus
Marie-Josée Fraser

Cette publication a bénéficié de l'appui financier du programme NovaScience du ministère de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie, ainsi que du Pôle régional en enseignement supérieur de l'Estrie.

