

Zeitschrift: Horizons : le magazine suisse de la recherche scientifique
Herausgeber: Fonds National Suisse de la Recherche Scientifique
Band: - (2001)
Heft: 48

Artikel: De l'infotainment, s'il vous plaît!
Autor: Glogger, Beat
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-556033>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 11.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



Beat Glogger a travaillé pour le magazine scientifique MTV de la télévision suisse alémanique. Journaliste indépendant depuis peu au Costa Rica, il présente dans cette chronique son opinion personnelle sur le monde de la recherche.

De l'infotainment, s'il vous plaît!

Stephen Hawking, à qui je consacrais ma dernière chronique, ne sort pas de ma mémoire. Ce professeur aussi bizarre que génial avait présenté, sans plaisanterie aucune, l'exploitation d'autres planètes comme solution à nos problèmes climatiques actuels. Non pas pour stabiliser l'effet de serre ici, non, mais plutôt pour que là-bas, l'humanité puisse survivre, loin de sa propre planète après l'avoir défigurée. J'émettais des doutes quant à la capacité de discernement du physicien. Cependant, j'ai entre-temps compris ce qu'il voulait dire. Hawking n'a pas perdu le contact avec la réalité mais il a résolument appliqué une vieille règle de la communication qui s'énonce comme suit: Si tu veux qu'on t'écoute, diverte ton public. Information et entertainment = Infotainment.

L'infotainment, même pour la transmission d'informations scientifiques, n'est pas tabou. De nombreux scientifiques l'ont en horreur. Et pourtant ils se trouveraient en très bonne compagnie s'ils communiquaient de manière divertissante le contenu souvent très sérieux de leurs rapports: Homère, les Frères Grimm, Richard Preston, tous ont su conditionner un sujet grave d'une manière telle que le public ne s'ennuyait pas mais se distrayait.

J'espère que vous comprenez ici ce que j'entends par infotainment, terme à ne pas confondre avec divertissement superficiel et facile. La réaction que l'information est en mesure de déclencher auprès du public, est déterminante pour le journaliste; les spécialistes des médias parlent ici de «qualité de réception». Lorsque la personne à laquelle le message est destiné, se sent transporter dans un état de sti-

mulation spirituelle (information) et d'excitation des sens (divertissement), elle écoutera, lira ou regardera avec beaucoup plus d'attention et de plaisir. C'est la raison pour laquelle la description du loup qui montre ses dents, est tout aussi importante dans la fable que la morale de l'histoire. Il s'agit là du phénomène d'alternance entre cognition et affect, de la zone conflictuelle entre valeurs informatives et facteurs affectifs.

On active des émotions auprès du public et on communique parallèlement les informations. Cela ne veut cependant pas dire que les émotions ainsi suscitées doivent être positives mais que l'alternance est décisive. Il faut influer sur tout l'éventail des perceptions existantes, des agréables (joie) aux désagréables (peur) en passant par les sensations ambivalentes (embarras, inquiétude).

On atteint ces objectifs en personnalisant, en alternant et en offrant un mélange équilibré d'attente et de détente. Le métier de journaliste offre divers moyens qui permettront d'atteindre ces objectifs, tels que la perspective, la dramaturgie, la transposition linguistique et optique.

Un exemple: on préférera lire un reportage sur une personnalité intéressante issue du monde de la recherche qu'un commentaire basé sur des chiffres – quelle qu'en soit leur importance – parce que les hommes s'intéressent plus aux être humains qu'aux chiffres. Il sera également plus facile de présenter des événements que des processus. La genèse de la faim dans le monde est un processus difficilement transmissible, par contre l'intervention d'une troupe de médecins en cas de famine localisée est un événement qui monopolise les émotions. Les journalistes scientifiques qui maîtrisent leur métier, réussissent à envelopper les problèmes généraux de ce processus dans l'événement même.

Il ne faut donc pas avoir peur de l'entertainment dans la vulgarisation scientifique. Il résulte de la combinaison des faits scientifiquement élaborés par les chercheurs et du savoir-faire en matière de langage imagé, dramaturgie filmique et choix terminologique du médiateur. Alors, chers scientifiques! Si un journaliste scientifique préfère, la prochaine fois, mettre votre propre personne au centre de son reportage au lieu de vos résultats, pensez à Homère, aux Frères Grimm ou à Richard Preston.

Que notre bonne coopération se poursuive à l'avenir encore!

B. GL.