

Zeitschrift: Horizons : le magazine suisse de la recherche scientifique
Herausgeber: Fonds National Suisse de la Recherche Scientifique
Band: 27 (2015)
Heft: 107

Artikel: Expliquer la science : des mots, des couleurs et un brin d'insolence : la reine de Facebook Elise Andrew : le designer Philipp Dettmer : le blogueur-slameur André Lampe
Autor: Fischer, Roland
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-771964>

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: 07.02.2026

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



Expliquer la science

Des mots, des couleurs et un brin d'insolence

La science se raconte autrement sur le web. En lui donnant une image fraîche et accessible, certains canaux touchent des millions de personnes.

Par Roland Fischer

Layout: Bogsch & Bacco

Qui contribue à expliquer les résultats issus de la recherche? Sur Internet essaient de nouveaux canaux - blogs, médias sociaux et vidéos - qui atteignent les jeunes générations d'une manière différente. Derrière eux se trouvent souvent des scientifiques amateurs ou des personnes qui ont débarqué dans la communication sans formation, mais avec passion et un sens aigu des rouages numériques de l'attention médiatique. Le net est friand de nouvelles légères provenant des labos, d'expériences incroyables, absurdes ou mignonnes, de savants fous et de blagues obscures sur les liaisons chimiques.

Est-ce une chance ou une menace pour ce qui se voit comme la «vraie» science? Alors que ce débat se poursuit, la nouvelle génération hérite automatiquement d'une image plus ouverte de la science. Trois portraits de communicateurs qui incarnent ce nouveau paradigme.

»»» www.youtube.com/crashcourse »»» www.facebook.com/IfeakingLoveScience »»» www.periodicvideos.com »»» www.youtube.com/Vsauce »»» www.facebook.com/pornscience »»»



La reine de Facebook

Elise Andrew

26 ans
Midland, Canada
facebook.com/IFeekingLoveScience
22 millions de Likes

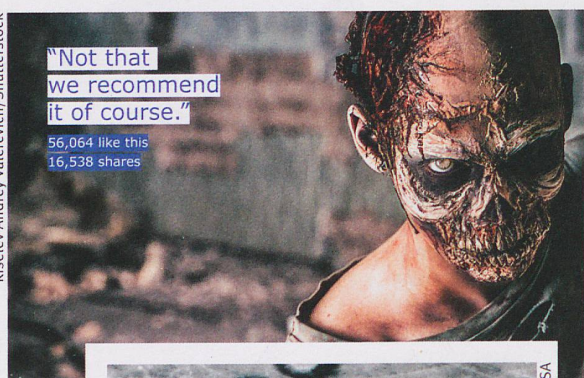
Il fallait s'attendre à voir se lever un jour des vents contraires. Mais les courants favorables ont déjà porté Elise Andrew très loin. A l'âge de 23 ans, l'Anglaise lançait en 2012 une page Facebook qui, six mois plus tard, dépassait le million de Likes. Aujourd'hui, elle atteint sur les réseaux sociaux davantage de personnes que Popular Science, Scientific American et le New York Times réunis. Et cela avec la thématique la plus ingrate qui soit: la science.

IFucking Love Science (IFLS) est un véritable phénomène Facebook. Seule une poignée de sites a connu une croissance aussi galopante. Rien d'étonnant à ce qu'il ait attiré l'attention des critiques, autant dans le monde scientifique qu'en dehors. Les réactions de la sphère numérique ont été particulièrement fortes lorsqu'elle découvre que l'un des canaux scientifiques les plus populaires du monde est géré par une femme jeune et jolie. De quoi susciter une vague de commentaires.

Une star timide

Des critiques substantielles sont ensuite apparues. Des chercheurs ont reproché à cette reconvertie – qui n'a de formation ni en communication ni en journalisme mais possède un diplôme en sciences naturelles – de solder à la pelle les faits scientifiques et d'abuser de titres accrocheurs pour aller à la pêche aux clics. Au printemps 2015, IFLS réussit en quelques jours à annoncer une période glaciaire, puis à réfuter cette nouvelle comme étant sans fondement avant de dénoncer la tendance des médias à tout dramatiser. Elise Andrew n'a pas répliqué aux critiques. Depuis le succès d'IFLS, elle reste loin des projecteurs et a également refusé les sollicitations d'Horizons. En mars dernier, elle a laissé entendre qu'elle ne se souciait guère du journalisme: «J'aimerais voir les médias traditionnels contournés pour que les scientifiques entrent directement en contact avec le grand public.» Ce n'est alors plus une débutante qui s'exprime, mais une femme d'affaires aguerrie.

Kiselev Andrey Valerevich/Shutterstock



"Not that we recommend it of course."

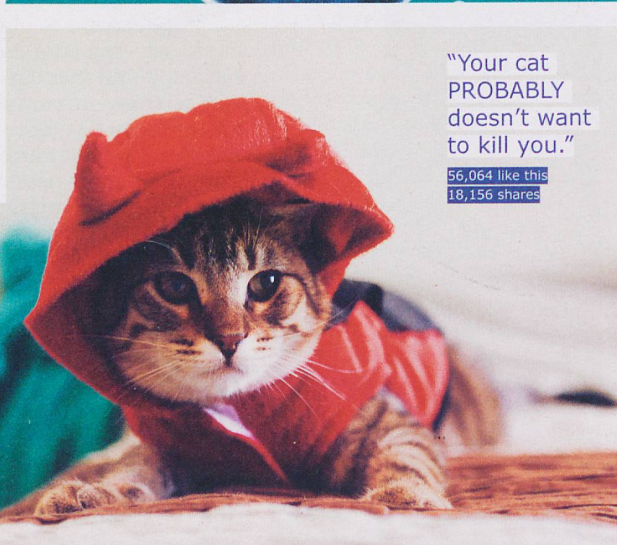
56,064 like this
16,538 shares



"They're thousands of years old, and we have absolutely no idea who made them."

21,431 like this
5,014 shares

DigitalGlobe via NASA



"Your cat PROBABLY doesn't want to kill you."

56,064 like this
18,156 shares

MaxyM/Shutterstock



Le designer Philipp Dettmer

29 ans
Munich
youtube.com/Kurzgesagt
5 millions de vues par mois

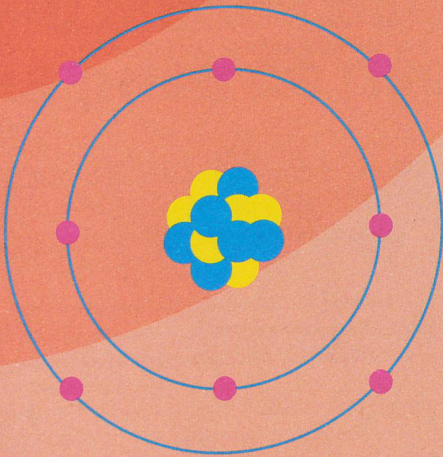
«**K**urzgesagt» s'appelle désormais «In a Nutshell». Le premier nom avait été choisi sans trop réfléchir par le groupe de designers emmené par Philipp Dettmer et Stephan Rether. Leur idée était de monter une chaîne Youtube montrant quelques vidéos scientifiques. Mais le nombre de clics s'est envolé, l'adhésion aux Etats-Unis et en Angleterre n'a pas tardé à devenir énorme, et «Kurzgesagt» s'est révélé impossible à prononcer pour des anglophones. Il fallait impérativement lui trouver un remplaçant. Aujourd'hui, la plupart des utilisateurs ignorent probablement que les vidéos ne sortent pas d'un grand studio d'animation, mais d'un petit bureau de design à Munich. Ces productions qui abordent des sujets très variés sont souvent regardées des millions de fois, mais «nous ne pouvons pas en vivre», glisse Philipp Dettmer.

Beaucoup de clics, peu d'argent

Même une chaîne Youtube bien fréquentée ne génère pratiquement pas d'argent, du moins pas assez pour payer tout le travail que nécessite une vidéo de cinq minutes. Les scripts sont rédigés par Philipp Dettmer, qui n'est pas un spécialiste: il a fait des études d'histoire avant de se tourner vers le design de l'information. La recherche dure de quelques semaines à plusieurs mois. Son équipe investit au moins autant pour l'animation. Il n'y a pas de scientifique dans le groupe, mais celui-ci peut désormais s'appuyer sur un réseau d'experts. L'attention dont jouit la chaîne apporte d'autres avantages. Les vidéos de Kurzgesagt agissent comme des publicités qui débouchent sur des mandats de gros clients: Dell, Adidas, l'Union européenne.

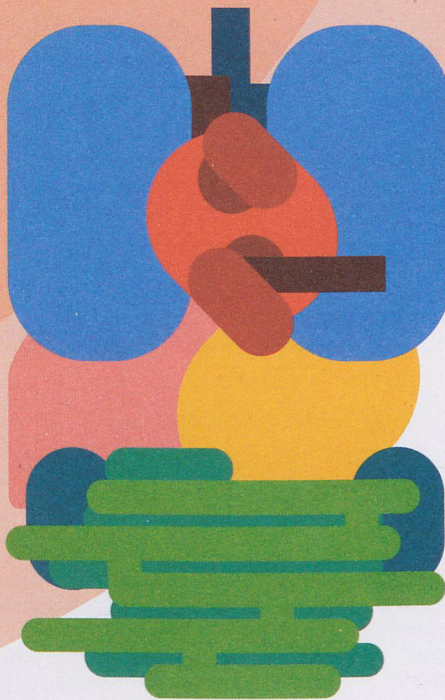
Mais pourquoi parler de science? «Par intérêt», répond Philipp Dettmer. Ces vidéos sont simplement une passion. Les communicateurs bien établis ont réagi avec retenue et les universités n'ont pas témoigné de grand intérêt pour ces petits films bigarrés, en tout cas pas dans l'espace germanophone. «Les Etats-Unis et l'Angleterre sont bien plus avancés, souligne-t-il. Ces pays ont compris que communiquer des contenus de façon attrayante est une bonne chose.» En Allemagne, regrette-t-il, les communicateurs sont encore très élitaires. «Si les choses changent, elles ne le font que bien lentement.»

Kurzgesagt

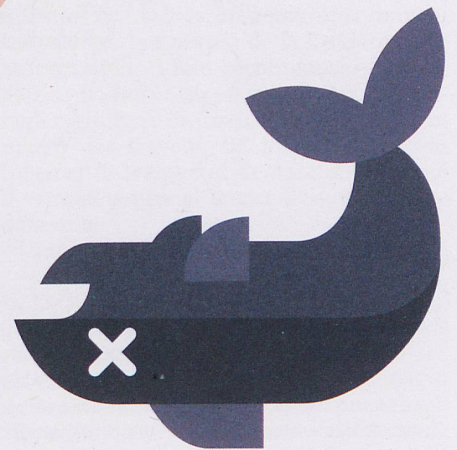


"Atoms As Big As
Mountains — Neutron
Stars Explained"

"3 Reasons
Why Nuclear
Energy
Is Terrible!
2/3"



"The Ebola Virus Explained
— How Your Body Fights For Survival"



"MEP Solar Panels"



Le blogueur- slameur

André Lampe

35 ans
Berlin

scienceblogs.de/diekleinendinge/

Theoneandonlylampe@gmail.com: l'adresse e-mail d'André Lampe est une vraie déclaration, qui fait plus penser à un show où l'exagération remplace l'obsession des faits – presque tout ce que les scientifiques préfèrent éviter. On note rapidement au téléphone qu'André Lampe a une voix faite pour la scène et qu'il sait l'utiliser: ce physicien de 35 ans est l'un des plus célèbres «science slammer» germanophones. Depuis quelques mois, il nourrit son blog «Die kleinen Dinge» [Les petits trucs] sur la plate-forme Scienceblogs.

Parallèlement, André Lampe rédige sa thèse de doctorat, sans avoir d'emploi fixe. Il fait partie de ces jeunes chercheurs qui, faute d'emplois académiques laissant «de la place à la communication», se tournent vers des financements extérieurs pour réaliser leur rêve d'une recherche de longue durée. Il vit de ses performances de slammeur ainsi que de ses honoraires de modérateur de débats et d'animateur d'ateliers, au cours desquels il apprend aux scientifiques à communiquer de manière intelligible. On le sent investi d'une mission quand il en parle.

L'écriture comme exercice

Si le slam reste indissociable d'un zeste d'excentricité et d'ambition, rédiger un blog représente pour lui une activité qui se suffit à elle-même: «Le succès, je ne le mesure pas au nombre de clics», dit André Lampe, qui ne gagne guère d'argent avec l'écriture. Et cela ne va probablement pas changer, même si peu à peu son blog attire davantage de lecteurs.

Rédiger régulièrement des textes représente en premier lieu un magnifique exercice de communication, qu'il recommande d'ailleurs à tous ses collègues. Pour lui, «il est fatal» que les scientifiques écrivent uniquement des articles spécialisés destinés à leurs pairs. Dans l'idéal, chaque travail de recherche devrait être communiqué de façon simple, et les chercheurs devraient veiller à ce que leurs résultats soient transmis vers l'extérieur. Il admet que tout le monde n'est pas fait pour la scène mais répond qu'un blog fournit une bonne alternative. Et glisse qu'on peut toujours – au pire – se tourner vers le service de communication de son institution.



Original Image



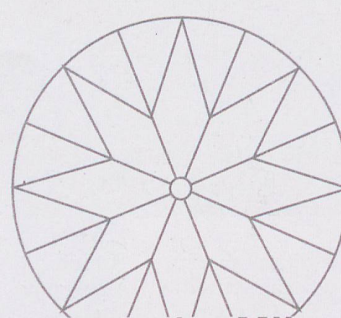
Particle Detection



Reconstruction

Ich hab was gegen Rauschen

Veröffentlicht von André Lampe
am September 8, 2015



Dinge unter'm Mikroskop VI – Diamant

Veröffentlicht von André Lampe am Oktober 12

Business for all

240 000 vues pour une vidéo sur la responsabilité sociale des entreprises: la série «Little Green Bags» de l'Université de Saint-Gall et

financée par le programme Agora du FNS s'est attaquée à des thèmes abstraits, mais avec succès. «Notre objectif était de montrer qu'on peut les présenter de manière stylée et

dynamique, explique Andri Hinnen, créateur de la série et fondateur de l'agence de communication Zense. Nous avons mis une touche d'humour et de glamour.» Les vidéos touchent avant tout

étudiants, enseignants et employés de grandes entreprises. «Nous croyions que des concepts niche comme «digital goodlife» ou «public value» auraient une chance de se faire une place, mais

ce sont les sujets bien connus comme l'innovation ou l'entrepreneuriat qui marchent le mieux – même si ces sujets ont déjà été traités mille fois.»