

Les recettes de la médiation scientifique

Depuis 1947, Claude PERDRIEL et son groupe de presse proposent au grand public une actualité scientifique vulgarisée grâce à son magazine Sciences et Avenir. Nous avons rencontré Carole CHATELAIN, la rédactrice en chef du magazine qui nous a expliqué quels sont les secrets de cette vulgarisation des sciences.

Un journal sous différentes formes

Sciences et Avenir est un magazine, appartenant à la presse de connaissances, et destiné au grand public. Il est édité au format de mensuels et un hors-série trimestriel.

Le « print » (l'imprimé sur papier) est leur principal support et celui qui est vendu aux lecteurs.

Mais avec les nouvelles technologies et Internet qui prennent une place majeure dans notre vie aujourd'hui, le magazine a mis en place un site web ainsi que des pages sur les réseaux sociaux tels que Facebook et Twitter et une application téléchargeable gratuitement sur les smartphones et tablettes.

Ces supports peuvent être mis à jours régulièrement, ce qui permet aux lecteurs d'être informés en temps voulu des nouvelles actualités. Quant au magazine pa-

pier, il permet de traiter les sujets de façon plus développées mais n'étant édité qu'une fois par mois, il ne privilégie pas les actualités qui risquent d'être traitées par d'autres magazines concurrents, mais les informations qui peuvent tenir dans le temps du mois, sinon, elles sont réservées au web.

« Des sujets de sciences tournés vers la société »

Le magazine se doit de répondre à deux paramètres principaux : la ligne éditoriale et la maquette. La ligne éditoriale est définie par la direction de rédaction et la rédaction en chef. Chez Sciences et Avenir, « les sujets de sciences sont tournés vers la société », précise Carole CHATELIN, ils sont « plus humanistes, nous sommes tournés vers un grand public » et la vulgarisation scientifique est le principal objectif de cette revue.

La maquette correspond à l'esthétique et au format du journal : sa police de caractère est unique, et la disposition de chaque élément sur la page de

Une par exemple ou dans le sommaire sont identiques et doivent être respectées dans chaque numéro.

Les idées d'articles sont données lors de réunions au cours desquelles chaque journaliste se voit assigné à la rédaction d'un article de son domaine avec une taille d'article et une deadline imposées.

Les articles sont alors assemblés et chaque page est affichée sur un mur dans le but d'avoir une vue d'ensemble et éviter les tendances de couleurs par exemple. Enfin, un « chemin de fer » est réalisé pour attribuer à chaque page sa fonction avec l'article principal, ou la catégorie de l'article.

Pour trouver les bons sujets et attirer l'attention des lecteurs et acheteurs, ils s'appuient sur leur expérience, ils savent, avec le temps ce qui est le plus vendeur : la santé ou l'astronomie sont de bons sujets de « Couv' » contrairement au Climat.



Tous ces petits détails ont une très grande importance et permettent tous les mois au magazine Sciences et Avenir d'être le deuxième magazine de vulgarisation scientifique le plus vendu en France (selon l'OJD).

Cécile VIOLET