

# TE

---

## Le travail de vulgarisation

### I - DÉFINITION

Vulgariser : Reformuler un texte de spécialiste afin de le rendre accessible à tous, ou, à défaut, au plus grand nombre.

Implique l'utilisation d'images mentales et de notions bien connues afin de rendre la notion complexe facile à comprendre; quitte à simplifier à l'extrême la notion.

### II - LES 3 ÉTAPES DE LA VULGARISATION

#### 1) Métaphorisation

-> Expliquer au moyen d'une image ou d'un exemple connus de tous.

-> fait le lien entre la notion et le « déjà-connu »

#### 2) Fragmenter

-> Diviser le texte afin de relever les grands axes, grandes idées, ~~petit hamster,~~  
~~grandes aventures-~~

#### 3) Recomposer

-> Prendre les notions les plus importantes et les rassembler selon un plan structuré, cohérent et logique.

### III - Les procédés de la vulgarisation

#### LES PROCÉDÉS STYLISTIQUES

**Difficulté:** Le vocabulaire est complexe, il appartient au registre de langue soutenu (ex: Imprécatiore)

**Solution:** Définir les termes complexes, en recourant au registre de langue courant et en employant des synonymes.

**Difficulté:** L'auteur crée des dérivés d'un mot (« écranique »); des néologismes rendant la compréhension plus ardue.

**Solution:** Définir ces néologismes en utilisant des exemples concrets.

**Difficulté:** La lourdeur (et la longueur) ~~un peu comme ma GROSSE...~~ rendent l'appréhension des idées plus difficile.

**Solution:** Rédiger des phrases plus courtes et explicites. Simplifier (alléger) la syntaxe.

**Difficulté:** Les figures de style (métaphores filées, allégories, oxymore, litotes, antithèse) nuisent à la pertinence des idées et prêtent à confusion.

**Solution:** Les figures de styles seront expliquées et complétées par des comparaisons, des exemples.

**Difficulté:** Les références, exemples, citations, sont méconnues du grand public - L'auteur ne formule aucun exemple et reste donc très théorique.

**Solution:** Proposer des exemples, citation, références connus de **t o u s**.

**Difficulté:** L'implicite ou/et l'ironie complexifient le sens (le propos) du message de l'auteur.

**Solution:** Il faut expliquer avec clarté et pertinence l'ensemble des idées sans apporter de commentaires (exemples)

**Difficulté:** La construction du texte est complexe et manque de cohérence - les idées ne sont pas explicitement formulées et certaines peuvent être répétitives

**Solution:** Reformuler les idées en suivant un plan structuré et en évitant les redondances. Pour accentuer la pertinence de l'organisation du texte vulgarisé, on emploiera des titres et intertitres devant chaque paragraphe.

### LES PROCÉDÉS GRAMMATICaux

- Employer des connecteurs logiques
- Employer de la ponctuation (, ; - :)
- Respecter les temps et les modes des verbes
- Respecter le système d'énonciation
- attention au **français** ofc

## IV - La forme de la vulgarisation

Forme attendue = article de presse.

- > le **GROS**...titre, accompagné d'un sous-titre
  - > doit être accrocheur
  - > doit reprendre le message de l'auteur ofc
- > facultatif: un chapeau (répond à la règle des 5 W: what who when wii nintendo)
  - > contextualiser
- > Intertitres (5 au moins, en comptant le titre principal)
  - > placés devant chaque paragraphe.
- > un paragraphe fait 10 lignes **max**
- > pas de conclusion ofc

## V - Les pièges à éviter

- Vulgarisation != commentaire
  - > pas d'avis personnel
  - > pas d'idées nouvelles (à ne pas confondre avec exemple ofc)
- Pas de conclusion
- Pas de longueur « fixe »
- ne pas perdre le contenu du texte et ne pas effectuer de raccourci, de fausses interprétations, de contre-sens.

## Exercice

La toile de cinema -> l'écran, le contenant

le cinema -> l'ambiance provoquée par le contenant

le film -> le contenu

le cinéphile : vient pour le film

l'écranphile : vient pour la **bonne ambiance** ofc

Magie de l'écran: la notion d'images qui bougent paraissait magique au début du cinema.  
Le spectateur vient plus pour l'ambiance que fournit le cinéma que pour regarder un flim.

l'écran fournit du **plaisir** et aussi du **plaisir** sans oublier du **plaisir**, alors que le film ne donne **qu'un prétexte**.

## CORRECTION

L'écran est omniprésent dans nos sociétés. Est-il en train de détruire tous les autres moyens d'expression au point de devenir l'unique support de diffusion et de communication??????????  
Les moyens d'information classiques sont-ils menacés par les écrans??????

~~la réponse dans le prochain episode ofc~~

Actuellement, avec le développement des écrans et du numérique, les journaux papiers sont sur la voie de la disparition. Les écrans tuent à petit feu les médias traditionnels, comme France Soir, qui n'existe plus que sous format numérique. En effet, la facilité de se procurer les informations sur Internet entraine une concurrence totalement déloyale, selon les prédictions pessimistes de certains.

Ces derniers prévoient également la fin du livre.

Le livre existe depuis le début de la civilisation et a pour but de transmettre connaissances et expériences.

Il contribue ainsi à la construction de nos sociétés.

Aujourd'hui, le support numérique peut il être une réelle menace pour le livre ?

L'exemple marquant des jeunes lycéens préférence lire des définitions sur *oui qui? pédia* semblent confirmer cette évolution ou cette hypothèse.

Le pouvoir de l'écran ne réside pas forcément dans l'information qu'il propose. Depuis l'apparition du cinéma, le premier écran a fait preuve d'un pouvoir de captation grandissant. Son pouvoir ne vient pas du film lui-même mais de l'écran et de l'ambiance qu'ils dégagent, créent, que ce soit chez le cinéphile que chez le simple amateur de blockbusters - films à big\_budget -. Le cinéma provoque un plaisir solitaire grâce à l'écran. En effet, l'écran attire le spectateur de part la succession d'images qui s'affichent à lui. Le public finit par aller au cinéma plus pour l'atmosphère que pour le scénario du film.

Après l'écran du cinéma apparaît celui de la télévision qui possède également un certain pouvoir.

La télévision à ses débuts était un objet de fascination et cet élan s'est aujourd'hui atténué, cependant elle garde une position centrale et incontournable dans notre quotidien. La télévision allumée, peu importe le programme diffusé, est indispensable à notre mode de vie: elle est en effet devenue à la fois un élément d'aménagement de notre habitat et une présence à l'image d'un membre de la famille. Le fait de l'allumer est un réflexe quasi obsessionnel, et ceci quels que soient les programmes. Aujourd'hui la télévision est « le nouvel opium du peuple ». La surface scintillante de l'écran captive le téléspectateur, peu importe le contenu diffusé.

Venons-en au cas de la généralisation de la place de l'ordinateur et de son utilisation de la société.

Nouvel écran, autre puissance. En effet, l'Homme recherche en permanence le contact humain, les relations sociales, la connaissance scientifique et l'approbation de ses semblables. C'est pourquoi l'ordinateur grand public a su idéalement remplir ces conditions de manière à se rendre indispensable. Qu'il s'agisse de travail, des loisirs, et de la communication, l'écran est partout. Il favorise les échanges rapides, instantanés en un seul clic. Les histoires heureuses ou malheureuses se passent aujourd'hui sur un écran. Il ouvre une fenêtre sur la société contemporaine et sur le monde au point qu'un contenu informatif qui ne serait plus diffusé sur écran, risquerait de disparaître du savoir des individus. Tout ce qui ne serait pas montré sur écran n'existerait plus ou pas.

Dorénavant, la relation entre l'Homme et l'écran s'étend bien au-delà de la visibilité de l'information. C'est désormais un nouveau rapport vis-à-vis de l'espace-temps : tout est instantané peu importe la distance. Par exemple, Skype, montre qu'il est possible d'organiser une vidéo conférence en temps réel. Cependant cette tendance à la politique de l'instantané développe chez l'Homme moderne une intolérance à la lenteur de l'information et génère un stress devenu quotidien. Aujourd'hui, on achète tout par Internet, on peut consulter ses comptes bancaires, poster des messages, etc.. Aussi, attendre quelques secondes le téléchargement d'une page est insupportable. Ces habitudes développent chez l'individu un train de vie rythmé par ces informations. Par exemple, ce dernier construit un emploi du temps de plus en plus personnalisé selon les contenus qui lui sont accessibles. Il peut ainsi choisir un mode de vie particulier, individualiste ou encore communautaire. Déjà, le philosophe des médias Marshall McLuhan avait prédit à son époque : « le message, c'est le medium ». Cette citation démontrait que le mode de transmission du message était plus important que son contenu lui-même. Cette hypothèse est encore plus vérifiée de nos jours.

Le futur de notre époque, bien qu'incertain, ne pourrait être détaché de la relation entre l'Homme et l'écran.