

Proposition communication - Conférence nationale d'Exobiologie 2023

Thématique : Impact sociétal de la recherche de vie extra-terrestre

Comment les magazines télévisés préparent le grand public à la découverte d'autres formes de vie ?

Cette communication se situe dans le champ des Sciences de l'Information et de la Communication et présente une partie des résultats des études menées au sein du projet *Origin of Life*¹ et du projet *Cybele*². Cette communication vise à fournir des pistes réflexives sur l'impact sociétal de la recherche de la vie extraterrestre, en se concentrant sur les discours télévisés et en particulier dans les magazines. Nous présenterons les formes discursives et visuelles récurrentes utilisées par les magazines télévisés lors du traitement des questions des « origines de la vie » et de la « vie ailleurs ». Nous faisons l'hypothèse que ces programmes télévisés, de par leurs audiences (plusieurs millions de téléspectateurs), sont représentatifs de la conception qu'une société se fait d'une problématique et qu'ils alimentent en grande partie nos imaginaires et nos représentations mentales sur ces questions (théorie du *Media Framing* – R. M. Entman³). L'intérêt de se focaliser sur des magazines tient en particulier au temps d'antenne qu'ils consacrent à ces questions (dossiers thématiques du programme) qui permettent un développement du discours souvent supérieur à 10 minutes (à la différence, par exemple d'un JT, dont la durée standard d'un reportage est de 80 secondes), ce qui a une implication sur la qualité mémorielle des informations diffusées dans ce type de programme.

Notre communication se concentrera sur l'analyse de 4 magazines. Le choix de ce corpus s'est fait sur des critères d'audience, de public cible, mais aussi, pour certains, de leur présence et de la qualité de leur référencement – et donc de leur nombre de consultations - sur la plateforme *Youtube*. Le corpus analysé inclut les programmes suivants sur la période 1990 – 2023 :

- *C'est pas sorcier*, qui s'adresse à un public jeune
- *E=M6* qui s'adresse à un public familial
- *Xenius* qui s'adresse à un public d'adultes curieux des questions scientifiques
- *28 minutes* qui s'adresse à un public d'adulte curieux de l'actualité généraliste

Les principaux résultats montrent que :

- L'approche de cette thématique se modifie au milieu des années 1990 (premières exoplanètes, missions martiennes) ; elle n'est plus abordée via le prisme de la science-fiction mais de la science et de la technologie ;
- certaines annonces des agences spatiales (découvertes de traces d'eau, « nouvelles terres »...) déclenchent l'intérêt journalistique et donc la mise en place de discours ad-hoc par la sphère médiatique ;
- la recherche de la vie ailleurs et d'une meilleure compréhension de nos origines apparaissent comme centrales dans les justifications sociales, scientifiques et financières d'une large majorité des programmes spatiaux médiatisés (Rosetta, JWST...)
- le discours porté par ces programmes est généralement très optimiste : des traces de vie seront découvertes très prochainement ;
- la mise en image de ces concepts se standardise autour de forme d'images d'illustration stéréotypées et récurrentes
- les représentations visuelles de la vie intelligente évoluent et se rarifient.
- des strates discursives se créent et se complexifient en fonction du public cible : zone d'habitabilité, équation de Drake, paradoxe de Fermi, Seti, marqueurs de vie, « définition de la vie », extrêmophiles, biosphère de l'ombre...
- De nouvelles thématiques apparaissent depuis une dizaine d'année (comment pourrait-on communiquer avec « eux », quels sont les scénarios possibles des découvertes, des « rencontres », etc.)

Cette étude nous permet donc de mieux comprendre la formation et l'évolution des discours médiatiques autour de ces questions et d'envisager comment nos sociétés se « préparent » - ou au moins « envisagent » - la découverte d'une vie extra-terrestre.

Bibliographie de l'auteur en rapport avec la thématique

¹ Site du projet *Origin of life* : <https://origin-life.univ-grenoble-alpes.fr/>

² Site du projet *Cybele* : <http://cybele.gresec.fr/>

³ ENTMAN Robert M., « Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm », *Journal of Communication*, Volume 43, n°4, 1993, pp. 51–58.

CARNEL Jean-Stéphane, « Représentations des comètes : étude de l'intégration des photographies de la comète Tchoury dans les films promotionnels de la mission Rosetta : entre enjeux scientifiques et besoins esthétiques ». Journée d'étude : *L'Univers à l'écran au XXIe siècle : visible et invisible – Nouvelles images astronomiques dans la fiction au XXIe siècle, Remploi, modélisation, création*, Université Paris Cité, 20 janvier 2023.

CARNEL Jean-Stéphane, « Heureux qui, comme Rosetta, a fait un beau voyage. La mission spatiale Rosetta au 20h de TF1, analyse de la mise en récit d'un exploit scientifique (2004-2016) », *Questions de Communication*, n°42, 2022.

CARNEL Jean-Stéphane, GAILLARD Robin, GUERAUD-PINET Guylaine, LAFON Benoit *Extraterrestrial life and origins of life in the media : framings and stories, meeting origin of life*, Grenoble, 5 novembre 2019

BONAL Lydie, CARNEL Jean-Stéphane, « Les comètes : l'alpha et l'oméga. Analyse de la mise en image du discours journalistique sur les objets d'astrophysique ». PEPS COMUE de Grenoble « Programme Cybele ». Grenoble, 21 novembre 2014.

CARNEL Jean-Stéphane, *Le journal télévisé, un créateur de représentations sociales sous contrainte ? Approche par le recyclage des images d'archives*. Thèse de doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication, sous la direction de BÉGUIN-VERBRUGGE, Annette, Université de Lille 3, soutenue le 4 février 2009.