

Instituts
thématiques



Inserm

Institut national
de la santé et de la recherche médicale

Chercheurs et médias

Sciences et croyances : enjeux éthiques de la construction des connaissances scientifiques

> Jeudi 21 juin 2018

Toulouse

Pour toute utilisation du contenu de cette présentation, veuillez citer l'auteur, son organisme d'appartenance, le titre et la date du document, ainsi que le volet 3 de l'atelier 2018 «Sciences et croyances : enjeux éthiques de la construction des connaissances scientifiques» de la Plateforme «Ethique et Biosciences» de Toulouse. Merci.

À l'origine : un devoir d'informer

- Informer le gouvernement de l'état sanitaire du pays, une des missions de l'Institut national d'hygiène à l'origine de l'Inserm (***www.inserm.fr/50-ans & www.histrecmed.fr***).

Histoire de la recherche médicale en santé publique dans la France du XXe siècle

- Une circulation croissante d'informations nécessitant un contrôle accru (***Informer n'est pas communiquer, D. Wolton, 2009, CNRS éditions***).

D. Wolton est fondateur et directeur de l'Institut des sciences de la communication du CNRS et de la revue Hermès.

- Une nécessité pour les scientifiques de « sortir de leur tour d'ivoire » (***The new production of knowledge : The Dynamics of Science and Research in Contemporary Societies, Nowotny, Gibbons et al., 1994, SAGE éditeur***).



Informer n'est pas communiquer

- **Informer** : émettre un message (*D. Wolton*).
- **Vulgariser** : transmettre un savoir entre un public légitime, les scientifiques, et un public non légitime (*L'opinion publique et la science. A chacun son ignorance. Bernadette Bensaude-Vincent, Synthélabo, Paris, 2000*).
- **Communiquer** : émettre un message en prenant en compte et en gérant les différences qui séparent les individus (*D. Wolton*).

Selon D. Wolton, 3 raisons poussent à communiquer : **partager, séduire, convaincre**, le partage étant l'idéal de communication.



Communiquer ou informer : une des missions de l'Inserm

Communiquer, un enjeu peu noble ?

- **Informer**, la plus noble des fonctions
(Informer n'est pas communiquer, D. Wolton)
- **Communiquer**, une autopromotion, une déformation de la vérité et de la réalité à son propre profit.

En réalité, communiquer est bien plus complexe qu'informer.

Comment convaincre la communauté scientifique à communiquer ?



Communiquer ou informer : une des missions de l'Inserm

Anoblir la communication en tenant compte du récepteur et des objectifs liés à ces récepteurs :

- **Le grand public et en particulier les jeunes** : informer les citoyens, faire découvrir, capter l'attention, faire naître des vocations (ex : *Destination Labo*).
- **La communauté scientifique** : rester inscrit dans les dynamiques de recherche (ex : le magazine *Science&santé*).
- **Les malades, leurs proches, les associations de patients** : accompagner, être porteur d'espoir (ex : les *Rencontres chercheurs-malades*).
- **Les journalistes** : informer le grand public en nombre (en n'oubliant pas un de leurs objectifs : vendre le journal !).



Communiquer ou informer : une des missions de l'Inserm

Communiquer c'est choisir et sélectionner

Exemple : la revue ***Science & santé*** qui a pour ligne éditoriale de publier des informations qui n'ont pas fait l'objet de communiqués vers les médias. La communication résulte ici d'un choix radical de mettre en avant ce qui n'a pas été médiatisé.

> **Communiquer, c'est faire des choix !**



Communiquer ou informer : une des missions de l'Inserm

Quelle(s) communication(s) pour l'Inserm ?

Médiatiser et coproduire les savoirs : le grand public, les journalistes, les associations de malades ou la « communication exogène »
(Quand la santé devient médiatique, D. Marchetti ; Eliséo Véron).

Faire circuler et faire connaître, la « communication endogène »
(Eliséo Véron).



Déontologie du journalisme

Déontologie du journalisme définie par deux textes de référence :

- la **charte de Munich** de 1971 approuvée par l'ensemble des syndicats de journalistes européens
- la **convention collective nationale de travail des journalistes**

Certains groupes de presse ont rédigé leur propre charte « maison » qui ne s'applique que dans leurs murs.



Éthique et qualité de l'information

Ouvrage d'Henri Pigeat édité dans le cadre d'une étude sur la presse quotidienne de l'Académie des sciences morales et politiques, juin 2003

Quelle est **la fonction** du journal quotidien ?

- Représenter l'**opinion**
- Exercer un **contre-pouvoir**
- « **le chien de garde de la démocratie** »

La presse a pour fonction **d'expliquer**, de **mettre en situation**, d'**interroger** et de **critiquer**



Éthique et qualité de l'information

- **Théophraste Renaudot**, fondateur du premier périodique, pourtant agent du pouvoir, promet d'être **fidèle à la vérité des faits**.
- **Denis Diderot** rédige dans l'Encyclopédie un **code de bonne conduite** que tout journaliste peut encore consulter aujourd'hui

Le premier **devoir** du journaliste :

- **Décrire les faits**
- L'information doit être aussi **fiable** que possible et **suffisamment complète** pour permettre une compréhension réelle de l'actualité



Éthique et qualité de l'information

Les **limites et faiblesses** du journal accrues par la **concurrence** de la radio, de la télévision et des médias numériques :

- **Tentation** d'être aussi **rapide, léger, facile** au détriment de l'explication et de l'approfondissement des nouvelles
- **Contraintes économiques** : raréfaction des enquêtes d'investigation
- Nécessité de **ne pas heurter le lectorat** alors que la vérité ne peut émerger que par le pluralisme des titres et opinions



Éthique et qualité de l'information

La société dite « de l'information » conduit souvent le journal à **servir le consommateur** plus que le citoyen, au risque de compromettre l'avenir même de l'information écrite.

Pour **Balzac** le journal se fait commerce « *et comme tous les **commerces, sans foi ni loi*** » (écrit-il dans *Illusions Perdues*)



Éthique et qualité de l'information

Les nouvelles techniques de communication **favorisent l'accès** du plus grand nombre au savoir et à la conscience du monde **mais** :

- Domination de l'image : **apparence** des choses plus que raisons profondes
- Reportage en direct : **émotion** plus que réflexion
- Information dite « continue » : souci de **capter l'audience** plutôt que de dire quelque chose de nouveau



Éthique et qualité de l'information

- **Développement** de la réflexion éthique et critique des médias
- **L'autorégulation** permet de laisser l'exercice de leur liberté aux médias hors du contrôle de l'État
- Les journalistes ont joué un **rôle pionnier** dans la création des dispositifs d'auto-contrôle sur le plan professionnel et national
(Cf. Observatoire de la déontologie de l'information, ODI)



Déontologie du chercheur

Textes de référence :

- La **charte nationale de déontologie des métiers de la recherche** (15 novembre 2016) signée par : CNRS, Inra, Inserm, CPU, IRD, Inria, Cirad, Insitut Curie, Ined, Institut Pasteur, AP-HP

Une déclinaison nationale des principaux textes internationaux :

- la **Charte européenne du chercheur** (2005)
- the ***Singapore statement on research integrity*** (2010)
- the ***European code of conduct for research integrity*** (ESF-ALLEA, 2011).



Déontologie du chercheur

L'**objectif** d'une charte nationale de déontologie des métiers de la recherche est **d'explicitier les critères** d'une démarche scientifique **rigoureuse et intègre**, applicable notamment dans le cadre de tous les partenariats nationaux et internationaux.



Déontologie du chercheur

Quelle est la **responsabilité majeure** du chercheur ?

- **Fournir** des avancées décisives des savoirs
- **Diffuser** ces avancées
- **Concourir** à la mise en œuvre d'une **expertise** qualifiée, notamment en appui des politiques publiques

>> **Consolider le lien de confiance** avec la société



Déontologie du chercheur

Quelle est la **responsabilité de l'organisme d'appartenance** du chercheur ?

- **S'assurer** de la bonne mise en œuvre de cette charte
- **Promouvoir les bonnes pratiques** en recherche
- **Sensibiliser et former** les personnels et les étudiants

En France, l'Inserm a joué un rôle pionnier en se dotant d'une **délégation à l'intégrité scientifique** en 1999 dont la double mission est de répondre aux questions relatives à l'intégrité scientifique et de traiter les signalements.



Éthique et responsabilité du chercheur

- La **forte compétitivité** locale (dans un même laboratoire), nationale et internationale
- **L'accélération** de la construction
- L'accélération de la transmission des connaissances

Peuvent tenter certaines personnes à oublier leur responsabilité collective au détriment de leur ambition personnelle et enfreindre les règles éthique et déontologique.



COMMENT

CHEMISTRY What John Dalton did for science **p.32**

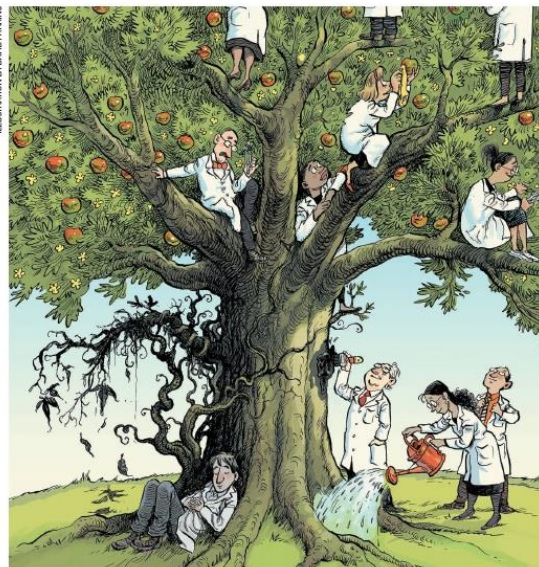


REDUCTIONISM Abstract art and experimental science compared **p.33**

REPRODUCIBILITY A call to hallmark labs that produce replicable work **p.34**

PEER REVIEW We've let the perfect become the enemy of the good **p.34**

ILLUSTRATION: FRÉDÉRIC BARRÈRE



Stop ignoring misconduct

Efforts to reduce irreproducibility in research must also tackle the temptation to cheat, argue Donald S. Kornfeld and Sandra L. Titus.

The history of science shows that irreproducibility is not a product of our times. Some 350 years ago, the chemist Robert Boyle penned essays on “the unsuccessfulness of experiments”. He warned readers to be sceptical of reported

work. “You will meet with several Observations and Experiments, which ... may upon further tryal disappoint your expectation.” He attributed the problem to a ‘lack of skill in the scientist and the lack of purity of the ingredients’, and what would today be

referred to as inadequate statistical power.

By 1830, polymath Charles Babbage was writing in more cynical terms. In *Reflections on the Decline of Science in England*, he complains of “several species of impositions that have been practised in science”, namely “hoaxing, forging, trimming and cooking”.

In other words, irreproducibility is the product of two factors: faulty research practices and fraud. Yet, in our view, current initiatives to improve science dismiss the second factor. For example, leaders at the US National Institutes of Health (NIH) stated in 2014: “With rare exceptions, we have no evidence to suggest that irreproducibility is caused by scientific misconduct”. In 2015, a symposium of several UK science-funding agencies convened to address reproducibility, and decided to exclude discussion of deliberate fraud.

To dismiss the role of research misconduct is mistaken and unfortunate. At best, ignoring deliberate misconduct in efforts to reduce irreproducibility is a wasted opportunity, like tilling a field without clearing it of rocks. At worst, it permits destructive behaviour to persist and flourish.

SCALE OF EVIDENCE

Only 10–12 individuals are found guilty by the US Office of Research Integrity (ORI) each year. That number, which the NIH used to dismiss the role of research misconduct¹, is misleadingly low, as numerous studies show. For instance, a review² of 2,047 life-science papers retracted from 1973 to 2012 found that around 43% were attributed to fraud or suspected fraud. A compilation of anonymous surveys³ suggests that 2% of scientists and trainees admit that they have fabricated, falsified or modified data. And a 1996 study⁴ of more than 1,000 post-docs found that more than one-quarter would select or omit data to improve their chances of receiving grant funding.

Admittedly, many causes of irreproducibility do not involve dishonesty. The NIH has promoted responsible research for 25 years by funding studies on research integrity, creating educational resources and backing the ORI.

Nonetheless, we contend that when scientific leaders minimize “hoaxing, forging, trimming and cooking” as contributors to irreproducibility, they choose to ignore the problem rather than confront it. This ▶

Communiquer vers les médias : quels outils ?

- Un **communiqué de presse** est un texte d'une page recto, dont **l'émetteur**, un organisme de recherche publique par exemple, apparaît clairement en entête. Le **message clé** du communiqué est révélé d'emblée par le titre et le chapô, puis par le texte donnant davantage de détails sur ce message clé. *Un communiqué de presse **peut être repris tel quel** par les médias.*
- Un **dossier de presse** comporte plusieurs pages et informe les journalistes sur un sujet à travers divers angles.
- Une **actualité de recherche** sur le site web de l'Inserm (ex. récent de l'essai préclinique sur le cancer du pancréas)
- Les **réseaux sociaux**.



Pourquoi un communiqué de presse ?

- **La meilleure façon d'informer les médias de façon officielle** (TV, radio, publications électroniques, presses écrites).
- **Cela ne coûte rien** seulement quelques heures de réflexion et de rédaction.
- Cela permet de donner au bon moment **la même information à l'ensemble des journalistes**. On réduit ainsi le taux d'erreurs dans l'interprétation de l'information. On contrôle l'information et sa diffusion.



Un communiqué de presse est structuré comme un article de journal

- **Des** idées organisées.
- Un **angle** bien défini.
- **Jamais de** plan : thèse, antithèse, synthèse. **Le titre révèle la conclusion.**
- Un vocabulaire si possible **d'usage courant.**
- Le chapô doit répondre aux **6 questions essentielles** : qui ? quoi ? pourquoi ? quand ? où ? et comment ?



Un communiqué de presse est structuré comme un article de journal

- **Quoi de neuf ?** Sera la première question d'un journaliste et devrait être aussi la vôtre avant d'écrire un communiqué de presse.
- **S'en tenir aux faits.** Dire la vérité. Evitez les exagérations. Certains journalistes s'en chargent trop bien !



Deux mondes opposés

Les raisons pour lesquelles il est parfois difficile de les faire travailler ensemble :

Journalistes

- Réponses et certitudes
- De l'émotion pour vendre une histoire
- Des résultats, des avancées majeures
- Un scientifique solitaire avec une découverte révolutionnaire
- Controverses
- Travaillent toujours dans l'urgence avec beaucoup de contraintes

Scientifiques

- Doutes et questionnements
- Aussi neutre que possible
- Rarement Eureka
- Un travail d'équipe sous l'égide de plusieurs tutelles
- Consensus
- Travaillent avec un rendement imposé par le type de recherche conduite



Deux mondes opposés

- La majorité des journalistes sont **rigoureux**. Certains sont **spécialisés** (journalistes scientifiques, médicaux, etc.).
- Mais certains journaux ont plus de déontologie que d'autres ! Par exemple La Repubblica , El Mundo , Le Monde, Aera (Japon) , Apple Daily (Taïwan), The Daily Telegraph sont des **journaux de référence**.



Deux mondes opposés

- Les scientifiques doivent intégrer le fait que ce n'est pas parce que c'est sérieux (la Science) que ça doit être forcément ennuyeux, l'inverse étant susceptible d'être vrai.
- Les scientifiques doivent faire un **effort pour vulgariser** ou rendre plus accessible leurs connaissances.



Deux mondes opposés

Le circuit de la communication vers les médias à l'Inserm :

Le service communication reçoit une **publication acceptée dans une revue à comité de lecture**, le service rappelle le **dernier auteur cité** puis soumet la publication et un court résumé au **bureau de presse à Paris** qui consulte **l'ITMO** correspondant avant de faire éventuellement un **communiqué de presse**.

Possibilité de conflit d'intérêt : qui est le directeur de l'ITMO ? Un éminent chercheur de l'Inserm qui publie aussi ...

