

15^e colloque de l'ADEA Santé-Environnement Qui fait quoi ? LES MEDIA

Didier Dubrana



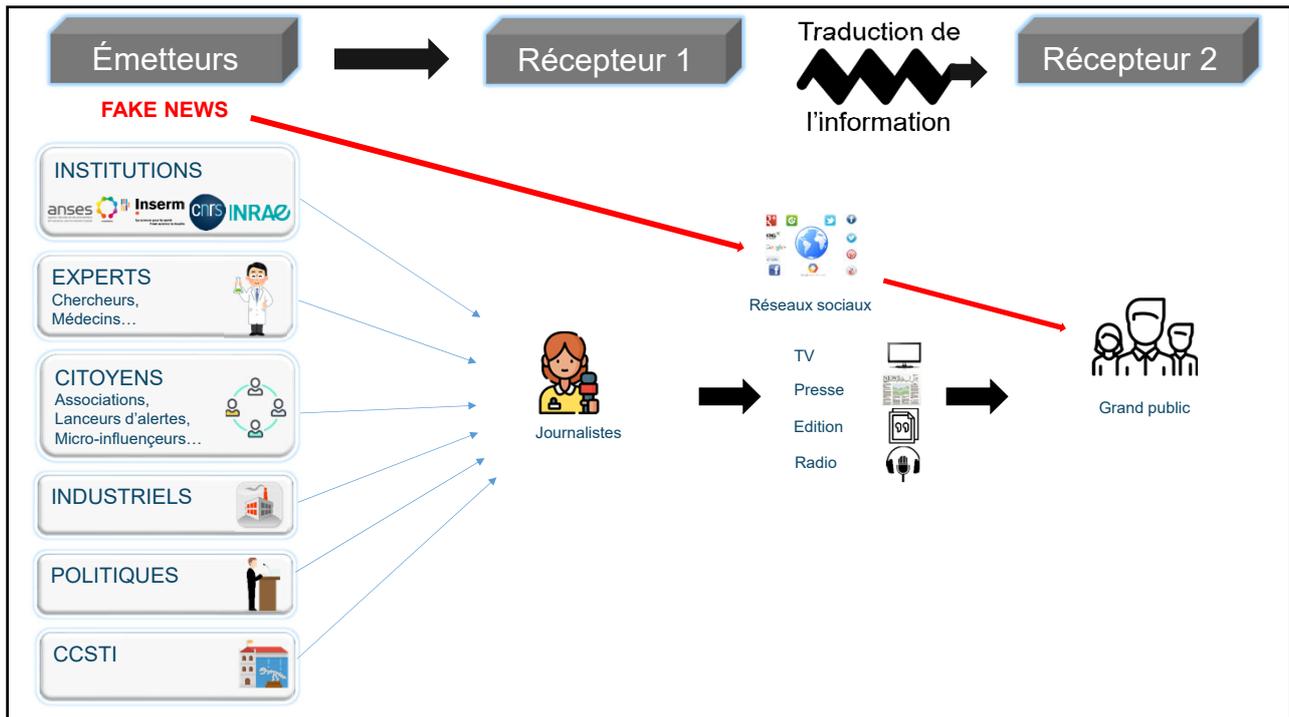
La presse fait régulièrement la "une" sur les sujets environnementaux ou de santé : deux préoccupations majeures des Français.

Ces thématiques sont étroitement liées puisque les atteintes à l'environnement génèrent régulièrement des problèmes de santé.

Le couple "Environnement & Santé" est donc une très bonne association pour la presse car il produit tous les ingrédients nécessaires à l'écriture d'un article vendeur ou à l'élaboration d'une bonne couverture de magazine.

C'est un sujet à la fois "concernant" "anxiogène", "polémique"... mais aussi vecteur d'espoir et de progrès sociétaux.





Les centaines d'associations en Santé et en Environnement sont à l'origine d'articles de presse grâce aux compétences de leurs experts que les journalistes n'ont pas, et au travail de terrain que les journalistes ne font pas ou n'ont souvent pas le temps de faire.



Qu'est-ce qu'un lanceur d'alerte ?

"Un lanceur d'alerte est une personne qui, dans le contexte de sa relation de travail, révèle ou signale un état de fait mettant en lumière des comportements illicites ou dangereux qui constituent une menace pour l'homme, l'économie, la société, l'État ou l'environnement, c'est-à-dire pour le bien commun, l'intérêt général".

Les micro-influenceurs : un concept vaste

Dans son sens le plus large, un influenceur est une personne très active et visible sur Internet. Elle se trouve principalement sur les réseaux sociaux, notamment sur YouTube et Instagram, Twitter mais aussi sur les blogs.

Les influenceurs sont de véritables **prescripteurs** : les conseils qu'ils procurent, leur mode de vie et leur façon de consommer ont un fort impact sur leurs followers dont font partie les journalistes.



Marlboro

You get a lot to like
- filter
- flavor
- flip-top box

The flavor is

Warning: The Surgeon General Has Determined That Cigarette Is Dangerous to Your Health

Arrêtez de rêver, BUVEZ !

Pour votre santé, pratiquez une activité physique régulière. www.mangerbouger.fr

Industriels

Les années 2000 ont été le décor du lobbying de ces "marchands de doute" et de leurs études "scientifiques" sponsorisées pour dissimuler les dangers de certaines molécules chimiques, des sodas, des gaz à effet de serre...

Les années 2000 furent aussi, sans nul doute, celles du grand dévoilement.

Les procès faits à l'industrie du tabac à la fin des années 1990 ont permis la mise en ligne de millions de documents confidentiels révélant les stratégies de leurs cabinets de relations publiques pour détourner la vérité des effets cancérigènes du tabac.

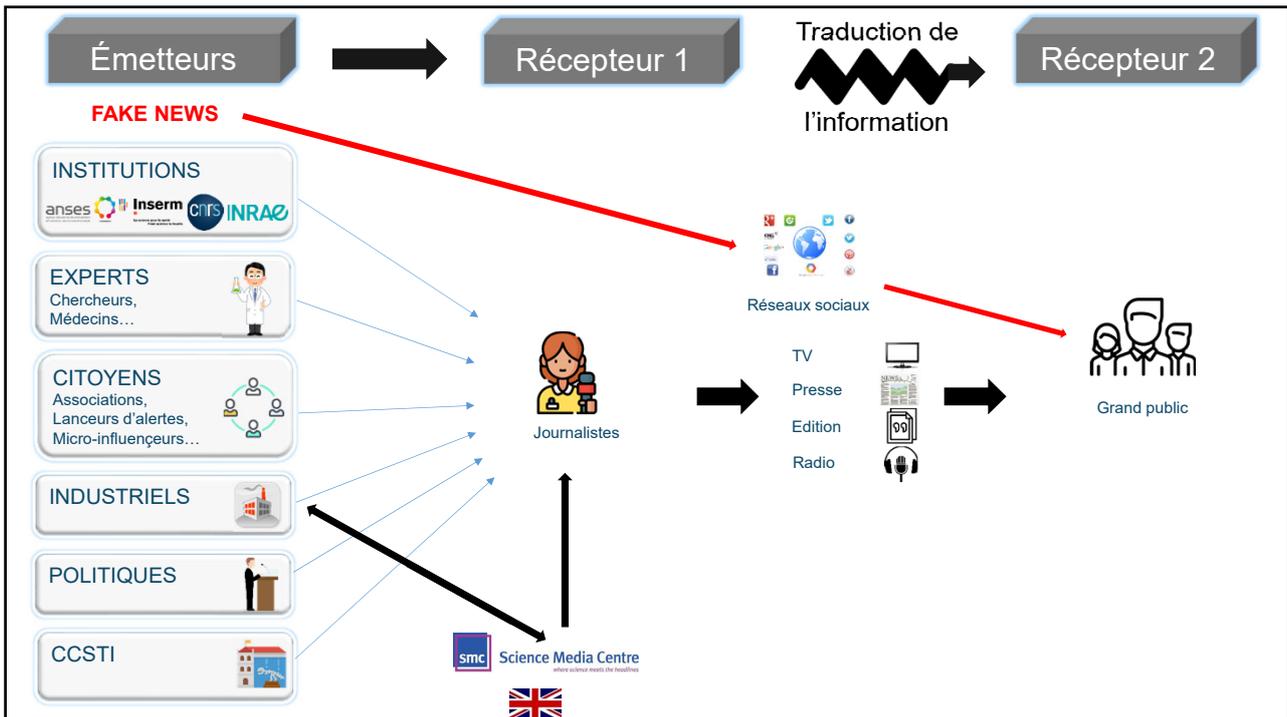
Aujourd'hui, l'industrie a changé de stratégie.

Il ne s'agit plus seulement de commanditer des études à publier dans les revues savantes pour influencer, les journalistes ou le décideur public tenté d'interdire un produit.

L'enjeu consiste maintenant à prendre position dans l'espace de la médiation scientifique, dans ces lieux où l'on fait la promotion de la science et de son esprit auprès des citoyens et des enseignants.

Être contre les pesticides dans leurs usages actuels, interroger certains usages des biotechnologies, critiquer l'industrie du nucléaire, c'est être "contre la science", c'est verser dans l'"obscurantisme".

La stratégie des marchands de pétrole, de plastique, de pesticides et d'alcool consiste désormais à dire ce qu'est la "bonne" science.



The screenshot shows the Science Media Centre (SMC) website. The header includes the SMC logo and navigation links: "working with us", "about us", "publications", "international smcs", and "contact us". The main content area features a large image of a vaccine vial and the text "COVID-19 Vaccine Media Hub" with a sub-headline: "a new global initiative to provide fact checkers and journalists with the best evidence on COVID-19 vaccines". Below this, there are three columns of text:

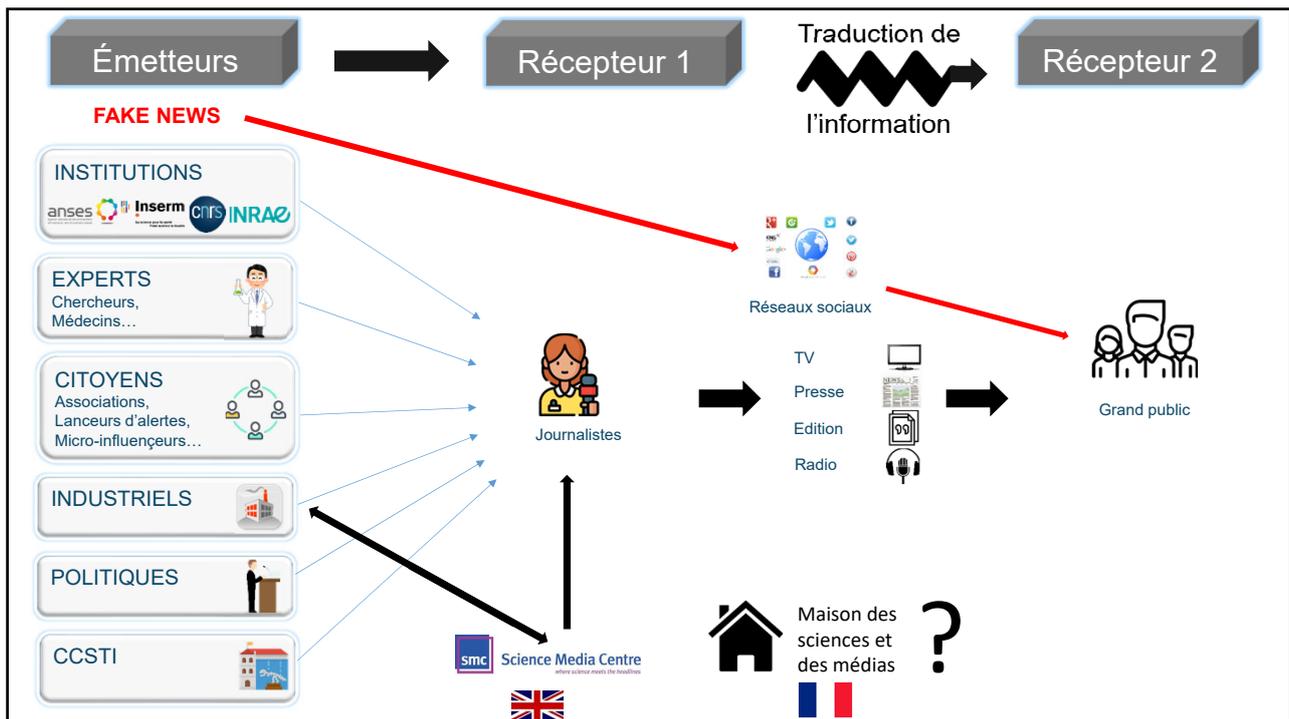
- for journalists:** "The Science Media Centre provides journalists with what they need in the timeframe they need it, from interviews with leading experts to timely press briefings on hot topics."
- for scientists:** "The SMC runs free events to introduce experts to the news media. We also provide advice and support to scientists on media engagement."
- for press officers:** "The SMC is an independent press office for science, working closely with press officers from universities, scientific companies, research funders and leading science and engineering institutions."

Un des bras armés de cette stratégie est la création du Science Média Centre (SMC) de Londres en 2002 qui fonctionne comme une agence de communication spécialisée sur les sujets scientifiques et techniques.

Sur son site Web, la SMC propose aux journalistes des résumés et des "kits de réactions rapides" (*roundups & rapid reactions*), c'est-à-dire des citations d'experts prêtes à l'emploi qui commentent l'actualité des publications et les controverses scientifiques du moment.

Le SMC fournit également des dossiers thématiques clés en main, et organise des briefings dans ses locaux.

Très pratique pour les journalistes peu spécialisés travaillant dans l'urgence.



En France, aux côtés de décisions stratégiques pour les universités et les organismes de recherche, le projet de la loi de programmation de la recherche (LPR) pour les années 2021 à 2030 prévoit la création d'une "Maison de la science et des médias".

À l'instar des Science Media Centres (SMC) cet organisme aurait pour vocation de « permettre la mise en contact rapide entre journalistes et chercheurs, favoriser l'accès des citoyens à une information scientifique fiable, et accroître l'apport d'éclairages scientifiques dans les débats publics sur les grands sujets actuels », selon les termes du projet de loi.

« À l'heure où la société française est traversée par des courants d'irrationalité et de doutes sur les progrès et les connaissances, le gouvernement fait le choix d'inverser résolument la tendance ... et ce, afin de replacer la science et la rationalité scientifique au cœur du pacte social et du développement économique du pays ».



ATTENTION: INFORMATION SOUS EMBARGO JUSQU'AU : mercredi 30 juin à 12H30

Information presse Paris, le 28 juin 2021

Publication de l'expertise collective Inserm - « Pesticides et effets sur la santé - Nouvelles données »



L'expertise collective de 2021 "nouvelles données" sur les liens entre pesticides, pesticides et santé humaine au travers d'une analyse critique de la littérature scientifique internationale. C'est le 5ème.

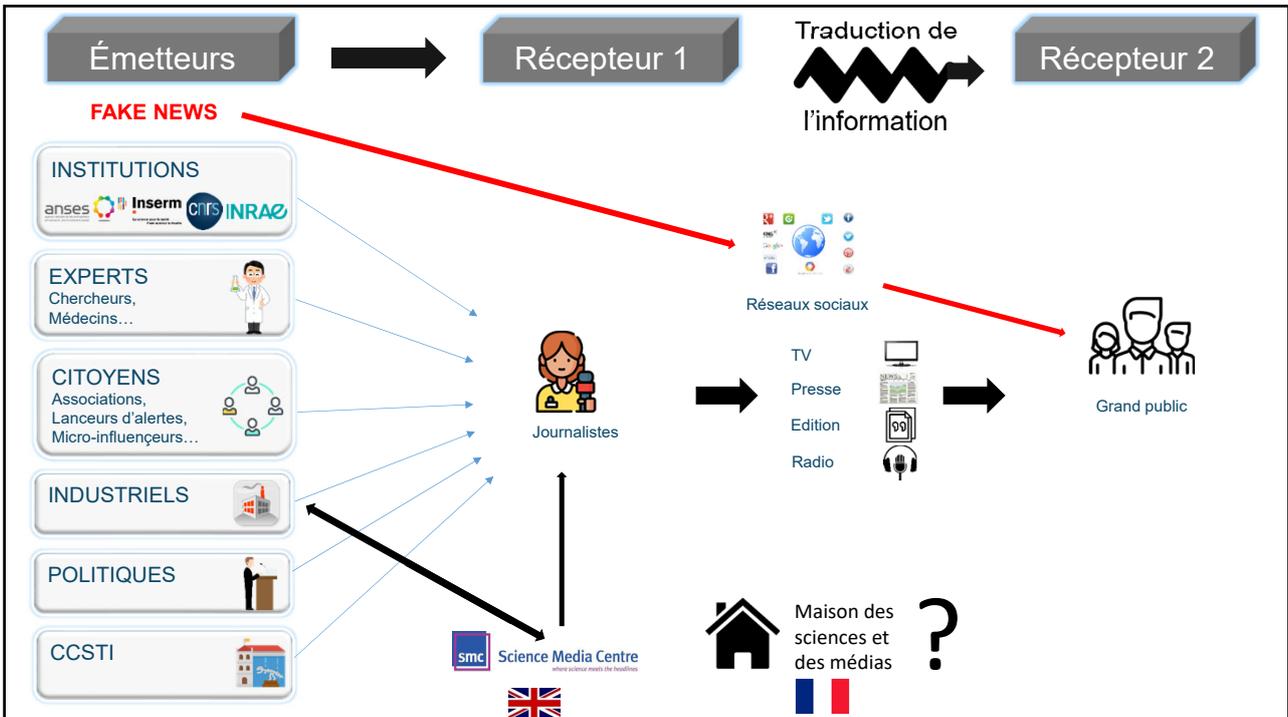
Les pesticides regroupent l'ensemble des produits utilisés pour lutter contre les espèces végétales indésirables et les organismes jugés nuisibles. Ils assaillent de nombreuses inquiétudes concernant leurs effets possibles sur la santé humaine, et plus largement sur l'environnement. En 2015, à la demande de la DGS, l'Inserm avait publié une expertise collective « Pesticides : effets sur la



L'exemple le plus emblématique est celui du glyphosate, classé "cancérogène probable" en 2015 par le Centre international de recherche sur le cancer (CIRC), mais jugé non cancérogène par la plupart des agences réglementaires dans le monde.

Le CIRC assure que les preuves de génotoxicité du glyphosate sont "fortes", tandis que le même glyphosate est jugé non génotoxique par les agences et n'est pas considéré comme un perturbateur endocrinien.

La dernière expertise collective de l'Inserm penche du côté de l'évaluation du CIRC.



"Le journalisme est le règne de
l'éphémère et du volatil"

Bernard PIVOT