



## NOTE DE SYNTHÈSE

**ÉTUDE LEXICOMÉTRIQUE DE 200 SCÉNARIOS DU  
CONCOURS "UN SÉROPOSITIF DANS LA VILLE"  
(1990)**



**ET COMPARAISON AVEC 45 SCÉNARIOS DU  
CONCOURS "3 000 SCÉNARIOS CONTRE UN VIRUS"  
(1993)**

préparé à l'attention de Madame Dana Rudelic-Fernandez, CRIPS  
mai 1995



# SYNTHÈSE DES PRINCIPAUX RÉSULTATS

## L'INTÉRÊT DE LA DÉMARCHÉ DE FICTIONNALISATION

L'analyse de 200 scénarios du corpus issu du concours "Un séropositif dans la ville" montre qu'il existe un recoupement de la figure du séropositif et de celle de l'adolescent. Cette imbrication est plus particulièrement observable chez les 15-20 ans, et elle nous semble constituer l'un des intérêts majeurs de la démarche de fictionnalisation. L'élaboration d'un scénario structuré a poussé les adolescents à se mettre à la place du personnage du séropositif, démarche qui constitue le point de départ d'une réflexion personnelle sur la maladie et les comportements de prévention à adopter. Elle a permis aux adolescents de réfléchir de manière concrète aux véritables implications de la séropositivité et de s'approprier un message de prévention auquel ils n'adhéraient que de manière "idéologique".

Cette démarche semble avoir donné encore de meilleurs résultats auprès de la cible féminine qui a poussé le plus loin l'étude psychologique du personnage du séropositif, développant un discours d'ordre affectif fort.

Le concours lancé en 1993, dont la formulation "3 000 scénarios contre un virus" plaçait d'emblée la démarche dans le cadre d'une "mobilisation générale", de la lutte collective contre la maladie, semble, sur la base des 45 scénarios étudiés, avoir donné des résultats sensiblement différents.

La priorité des scénaristes, en liaison avec l'intitulé du concours et sa forme plus libre, apparaît bien être la diffusion de messages plus généraux, plus conformes à ceux des campagnes de prévention, visant à convaincre, à faire que "les autres" se sentent concernés. On peut faire l'hypothèse que la plus grande liberté accordée aux auteurs sur le choix du thème et sur la forme les a conduits à délivrer un message beaucoup plus institutionnel: intégration de la logique publicitaire, recherche de slogans ou réutilisation de ceux déjà diffusés, fort développement d'un discours de type injonctif sur le thème de la prévention ("protégez-vous", "utilisez les préservatifs") et sur celui de la lutte contre l'exclusion ("aidez les séropositifs", "nous sommes tous concernés"). Cette hypothèse

nécessiterait d'être vérifiée sur un corpus plus large, mais il semble bien que, s'il y a bien réflexion sur la maladie, volonté de communiquer un message clair "contre le virus", l'identification au personnage du séropositif qui permettait de créer un rapport de proximité à la maladie soit passé au second plan<sup>1</sup>.

On note par ailleurs, l'émergence d'un discours minoritaire, "politically correct", sur les modes de transmission, discours qui aurait tendance à traiter par la dérision des "croyances fantasmagoriques". Il s'agit encore une fois d'une tendance à vérifier sur un corpus plus étendu, mais il nous semble d'ores et déjà important de surveiller une éventuelle dérive sur ce sujet. Celle-ci contribuerait en effet à connoter péjorativement l'ignorance ou l'information insuffisante des individus, pouvant créer des freins à la recherche d'information, le questionnement revenant à avouer une ignorance "honteuse".

"il faut {...} se protéger sinon il faudra en subir les conséquences",

"si tu avais utilisé des préservatifs, tu ne serais pas là où tu es!"

"c' est aux gens de réfléchir, et s' ils ne sont pas stupides, ils comprendront bien que c'est plus respectueux d' utiliser un préservatif"

"je serais surprise que l' un de mes proches ne se soit pas protégé"

"Elle reste sans voix. déçue par son inconscience"

Parallèlement il semble bien qu'apparaisse (encore à l'état embryonnaire) un discours normatif, moralisateur sur les comportements de prévention, jugeant les personnes ne portant pas le préservatif. On a ainsi relevé une série de phrases sur lesquelles une attention particulière doit à notre avis être portée:

\*\*\*

\*\*

\*

---

<sup>1</sup> N.B.: Cette tendance relevée dans les scénarios non-primés est en parfaite opposition avec l'optique développée dans les scénarios réalisés qui tentent justement de développer un rapport de proximité fort avec le sida.

## Concours 1990: CONCLUSIONS GÉNÉRALES

**La prévention, l'utilisation du préservatif n'apparaissent pas comme des préoccupations majeures des scénaristes dans ce corpus.**

Le thème du concours "un séropositif dans la ville" a bien été respecté par les auteurs: les 2 thèmes les plus fréquents sont ceux du vécu de la séropositivité et de l'exclusion. A l'inverse, le thème de la prévention n'occupe qu'une place relativement faible dans le discours. Il ne constitue pas un axe majeur pour les scénaristes. Des pistes intéressantes se dessinent cependant à ce sujet avec la volonté assez nette de resituer la prévention dans le cadre concret d'une relation de couple, en opposition avec un discours très éthéré tenu à l'époque sur le préservatif.

Cette tendance à la faiblesse de l'évocation du préservatif et de son utilisation croît avec l'âge des scénaristes: plus on vieillit et moins on en parle.

Plusieurs hypothèses peuvent être avancées pour expliquer cette sur-évocation du préservatif chez les plus jeunes.

Les 20 -25 ans maîtrisent mieux le langage et sont plus soucieux de concision, de clarté et de symbolisme. Plus rompus aux dissertations ils se sont concentrés sur le thème du concours: "un séropositif dans la ville" qui induisait comme thème principal, celui de l'exclusion des séropositifs. Ils auraient donc à ce titre moins parlé du préservatif que les plus jeunes, le comportement de prévention ne constituant pas le sujet essentiel.

Le fait que les plus jeunes - supposés utiliser moins fréquemment les préservatifs puisqu'étant dans une phase d'éveil à la sexualité - parlent plus de prévention et évoquent plus l'utilisation du préservatif que leurs aînés - supposés être dans une phase plus mature de la sexualité - peut également, à notre avis, s'expliquer par ce décalage dans "l'apprentissage" et le vécu de la sexualité.

Pour les plus jeunes, le premier rapport sexuel est un pas très important qu'ils n'ont pas forcément encore franchi. D'où une série d'interrogations sur le comportement à adopter, et une certaine dramatisation de l'acte dans lequel le préservatif joue un rôle moteur. Cette sur-évocation du discours sur le préservatif serait donc à mettre en relation avec ces préoccupations.

Une troisième hypothèse reste à envisager: celle d'une sur-évocation en rapport avec l'évolution des pratiques. Les 15-20 ans (en 1990) représentent le premier groupe d'âge ayant été sensibilisé à la nécessité de la prévention et du port du préservatif dès l'origine de leur vie amoureuse. Ils sont les premiers à avoir grandi dans un contexte où rapport sexuel rimait obligatoirement, au moins dans l'idéologie dominante, avec utilisation de préservatif. Le fait que celui-ci soit présenté de manière concrète (on "tend un préservatif", on fait un "gros plan sur une boîte de préservatifs" dans les scénarios) tendrait à prouver que celui-ci est "passé dans les moeurs" et fait partie intégrante de l'univers des relations amoureuses.

À l'opposé, les 20-25 ans de 1990, qui n'ont été confrontés au discours de prévention qu'après leur phase d'éveil à la sexualité, ont déjà accumulé des expériences personnelles qui les induisent à relativiser le message du "tout-préservatif" développé à l'époque. La sous-évocation du préservatif dans leurs scénarios correspondrait également à leurs pratiques: adhésion à un message d'ordre général ("il faut se protéger") mais relativisation de ce message et développement d'un "libre-arbitre" qui implique que le port du préservatif n'est pas systématique, mais fonction de conditions particulières, d'impressions, d'émotions.

Cette troisième explication tendrait donc à prouver l'impact des campagnes de communication sur la prévention depuis leur origine puisqu'elles auraient réussi à intégrer de façon satisfaisante le préservatif dans la sexualité des adolescents confrontés à ces messages. Mais encore une fois, il s'agit plus d'une adhésion à un discours d'ordre général, qu'une réelle appropriation et intégration du comportement de prévention.

## **Une tendance à l'émergence d'un discours plus "concret" sur tous les aspects de la séropositivité et de la prévention chez les 15-20 ans. et chez les femmes**

Il semble bien qu'avec la croissance de l'âge des individus, on tende à voir se développer un discours plus général, plus abstrait, souvent d'ordre symbolique en lien avec la volonté de convaincre le maximum de personnes de la gravité du problème, quand chez les plus jeunes, le problème se pose avant tout en termes concrets: que faire face au phénomène d'exclusion au sein du lycée, de l'entreprise? Quel comportement adopter face aux séropositifs? Comment se protéger du sida?

Les 15-20 ans ont le plus souvent recours à une rhétorique simple, montrant un comportement exemplaire (qu'il soit positif ou négatif), faisant appel à des "valeurs de base", supposées partagées par tous: rejet de toute forme de ségrégation, tolérance. Les plus jeunes mettent avant tout en opposition des valeurs contrastées, sur lesquelles ils portent un jugement moral.

On peut dire que dans les scénarios des 15-20 ans, il y a une nette imbrication entre la figure du séropositif et celle de l'adolescent. Cette identification nous semble constituer l'un des intérêts majeurs de la démarche de fictionnalisation auprès de cette classe d'âge: en permettant aux adolescents de se mettre à la place du personnage, elle est le point de départ d'une réflexion sur la maladie et sur les comportements de prévention.

Cette concrétisation de la maladie, l'évaluation de ses implications, son association à des situations de vie quotidienne nous semble constituer un premier pas intéressant dans l'élaboration d'une attitude personnelle par rapport à l'exclusion, mais aussi et surtout par rapport à la prévention.

C'est avant tout grâce à un phénomène d'identification (on a vu que chez les plus jeunes il y a une étroite imbrication entre le séropositif et un archétype de l'adolescent) que va se forger cette attitude personnelle. En situant sa fiction dans un cadre de vie quotidien ou au contraire correspondant à son imagination, l'adolescent réfléchit de manière concrète aux véritables implications de la séropositivité et s'approprie un message de

prévention auquel jusqu'à présent il n'adhérait que de manière vague, quasiment "idéologique".

Ce retour au concret trouve également une expression intéressante avec la spécificité du discours tenu pas les femmes.

**Les femmes développent un discours de proximité (relation interpersonnelle), quand les hommes ont plus tendance à raisonner à l'échelle de la société**

L'étude psychologique du personnage du séropositif et de son entourage apparaît comme plus poussée, plus fine chez les femmes qui cherchent avant tout à resituer leur message dans le cadre d'une relation individuelle, avec le développement d'un discours affectif fort.

À l'inverse, les hommes ont tendance à raisonner de manière plus globale, à délivrer un message d'ordre plus général destiné à convaincre le plus grand nombre .

Le point de vue développé par les femmes nous semble particulièrement intéressant en ce qu'il témoigne d'une plus grande capacité à se "mettre à la place du séropositif", à développer un point de vue personnel basé sur l'expression de sentiments forts qui correspondent bien à la vision adolescente des rapports humains.

Surtout, ce point de vue nous semble pouvoir permettre une plus grande intériorisation des enjeux et des conséquences de la séropositivité, et donc mieux à-même de déclencher plus systématiquement un comportement de prévention.

Il est à noter à ce sujet que lorsque le préservatif est présenté en situation, lors de rapports sexuels, les femmes et les hommes ont un rôle aussi actif dans son utilisation: c'est indifféremment le garçon ou la fille qui le proposent, le prennent, le débloquent.

**L'approche affective, concrète, permise par la fictionnalisation, nous apparaît comme essentielle en complément d'information et de prévention d'ordre plus général qui suscitent une adhésion de**

## **principe immédiate mais qui ne se traduisent pas forcément par des changements du comportement amoureux des jeunes.**

Par le biais de cette approche plus directe, on passe bien de la description d'une menace diffuse, difficilement identifiable:

- suivi de statistiques de l'épidémie
- contact par le biais des media (impersonnel)

à une vision plus humaine, individuelle qui concerne les jeunes au premier chef.

Ces éléments nous semblent confirmer que des approches terrain, en contact direct avec les jeunes, et qui permettent de répondre à leurs attentes concrètes (information scientifique, technique, échange, travail de fictionnalisation) sont un complément indispensable aux actions médiatiques d'information et de prévention. Elles permettent de retranscrire au niveau individuel ces messages généraux, de se les approprier, seule condition pour déboucher sur la mise en oeuvre effective d'un comportement de prévention.

L'analyse confirme par ailleurs l'importance des efforts qui ont été faits en direction des femmes, surtout lorsque l'on garde à l'esprit que la figure du séropositif apparaît comme essentiellement masculine: dans **80% des cas le séropositif évoqué dans le cadre des scénarios est un garçon.**

Les femmes mettent en avant un discours plus dépassionné sur la séropositivité, l'intégrant dans un cadre de vie, décrivant plus en détail la psychologie du séropositif. Cette tendance confirme le rôle important qui est le leur dans l'adoption de comportements de prévention.

### **Un fort besoin d'information basiques sur la maladie, ses modes de transmission et son déclenchement**

En 1990, le sida restait une maladie relativement méconnue, et surtout difficile à cerner sans confrontation directe (malade dans l'entourage, ce qui constitue la majorité des cas).



Les connaissances à son sujet restent relativement parcellaires et nécessitent d'être précisées. Il est remarquable que les 15-20 ans aient témoigné de la façon la plus marquée de ce besoin évident d'information en cherchant dans certains scénarios à expliquer clairement les mécanismes de transmission et de déclenchement de la maladie.

Il y a donc à notre avis un fort besoin d'informations basiques, concrètes et détaillées qui viendront compléter efficacement les messages qui ont contribué à instituer un certain consensus sur le sida et la nécessité de se protéger.

La connaissance concrète des enjeux est un autre moyen de déclencher une véritable appropriation, par chaque individu du comportement de prévention.

Par ailleurs, dans l'immense majorité des cas, l'annonce de la séropositivité n'est pas le fait d'une démarche volontaire de l'individu pour "savoir". Elle est presque toujours fortuite.

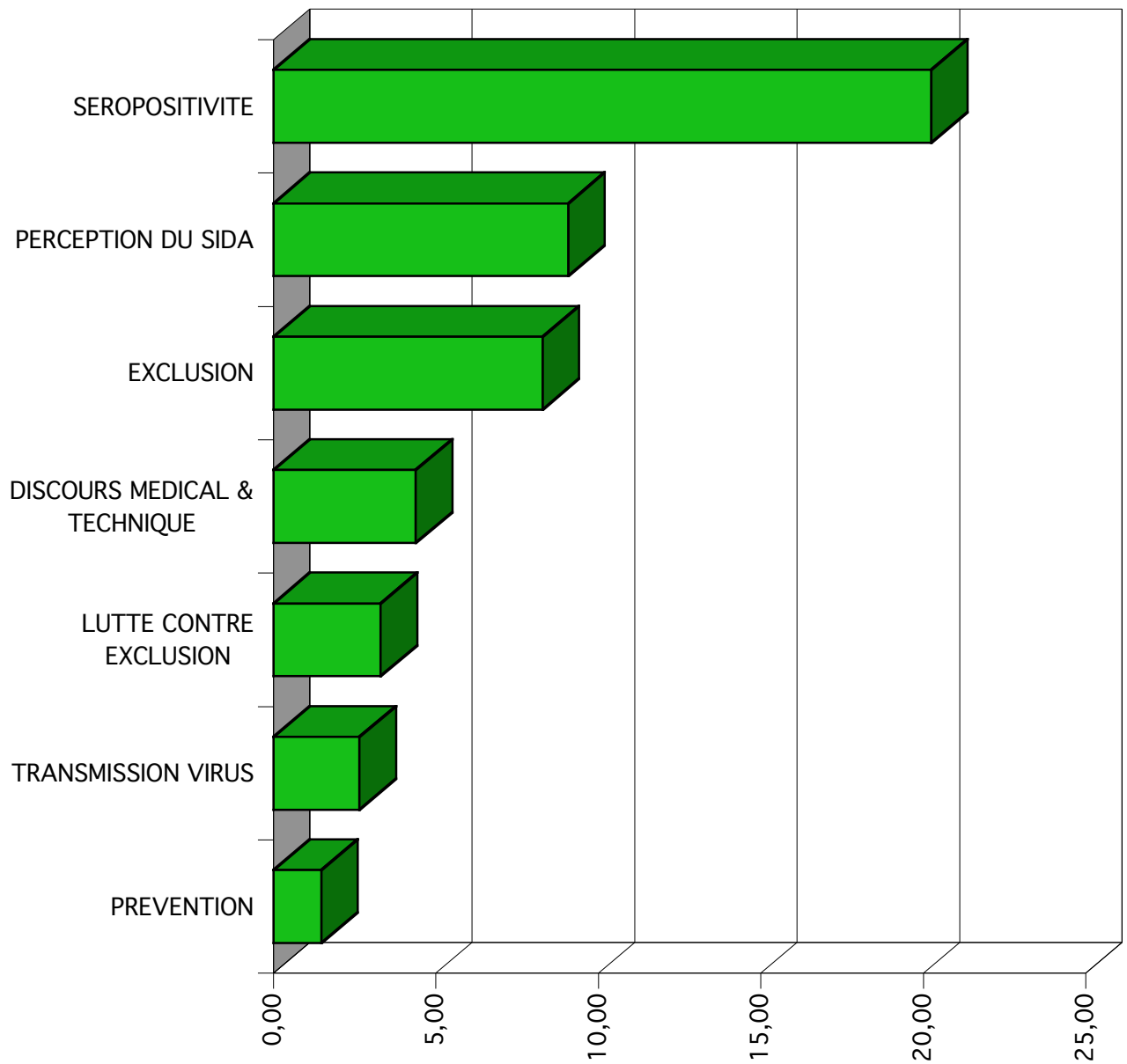
En 1990, les tests de dépistage restaient donc méconnus et leur usage très peu développé.

\*\*\*

\*\*

\*

### FRÉQUENCE D'APPARITION DES THÈMES SUR LE CORPUS 1990 (nb d'occurrences ‰ mots)



**ANALYSE DE 45 SCÉNARIOS DU  
CONCOURS 1993:  
"3000 scénarios contre un virus",  
ET COMPARAISON AVEC LE  
CONCOURS 1990**

## **COMPARAISON DES SCÉNARIOS DU CONCOURS 1990 ÉCRITS PAR LES 15-20 ANS AVEC 45 SCÉNARIOS DU CONCOURS 1993**

Le corpus de 45 scénarios du concours 1993, "3000 scénarios contre un virus" a été établi par tirage des scénarios au hasard dans la première classification établie par B. Vizeu Camargo<sup>2</sup>. En ont été exclus les scénarios traitant spécifiquement de l'utilisation du préservatif afin de ne pas fausser les résultats par rapport au concours 1990 axé sur le thème de l'exclusion des séropositifs. Deux scénarios primés ont été inclus dans ce corpus. Enfin l'équilibre entre filles et garçons a été globalement respecté sur les 2 corpus.

Les 45 scénarios du corpus représentent 28 000 occurrences, soit un nombre de mots suffisants pour permettre la comparaison avec les scénarios écrits par les 15-20 ans dans le concours 90 (170 000 mots)

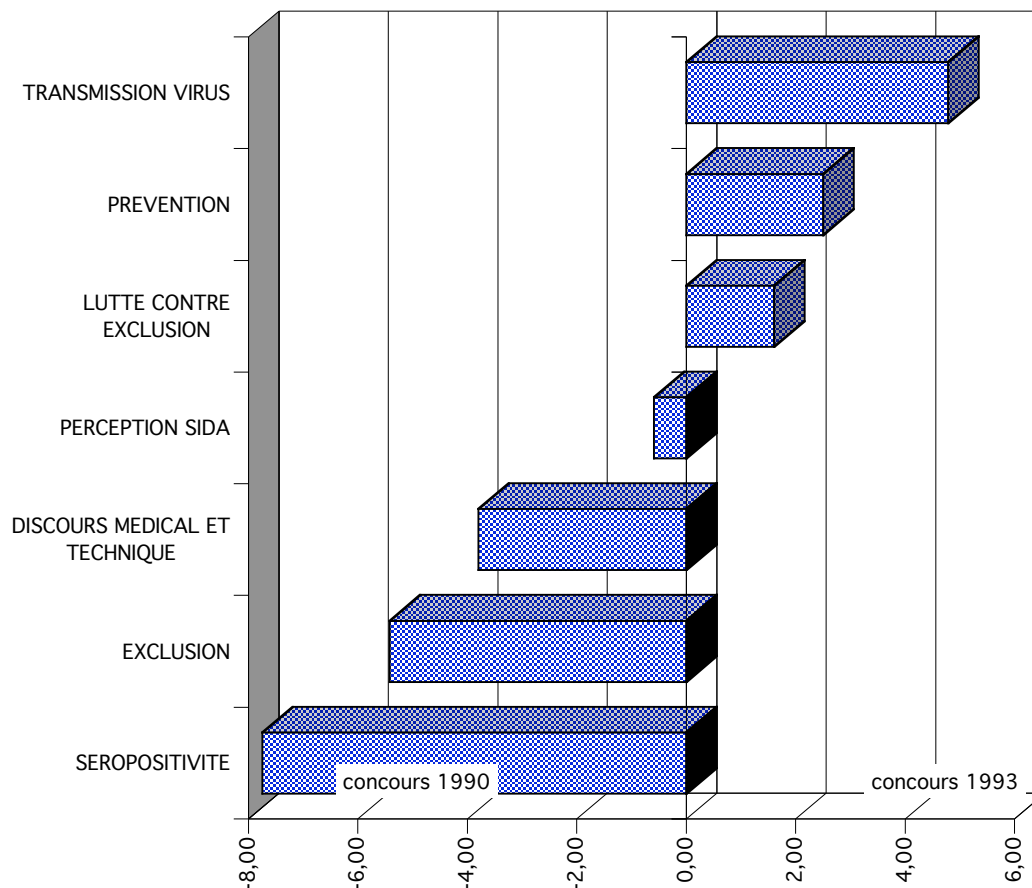
La comparaison des discours tenus par les jeunes de moins de 20 ans en 1990 et 1993 nous permet de poser l'hypothèse d'une évolution certaine de la thématique abordée mais aussi du traitement de ces thèmes.

---

<sup>2</sup>les situations représentées dans le corpus sont les suivantes (déclaration de l'auteur) : numéros 8, 9, 10, 16, 24, 25, 26, 27, 28 (cette dernière étant la plus représentée). 10 scénarios ne mentionnaient aucune situation choisie.

### VARIATION DE L'ÉVOCACTION DES THÈMES CONCOURS 90 VS CONCOURS 93 (nb d'occurrences p. 1000 mots)

valeurs positives, thèmes plus évoqués en 1993



Trois thèmes ont été sensiblement plus développés en 1993:

- les modes de transmission du virus,
- la prévention
- le thème de la lutte contre l'exclusion (discours de type injonctif)

A l'inverse les thèmes du vécu de la séropositivité, du traitement de l'exclusion, et le discours médical et technique ont régressé par rapport à 1990. Cette régression est à mettre en rapport avec les thèmes des concours, celui de 1990 étant totalement orienté vers le thème de l'exclusion. La régression de ces thèmes ne peut donc pas être interprétée comme leur passage au second plan de ces

préoccupations, mais s'explique bien, mécaniquement par le choix du thème des concours.

Le thème de la perception de la maladie, reste évoqué avec une fréquence sensiblement équivalente à celle de 1990.

Les 3 thèmes sur-représentés en 1993 nous semblent cependant révélateurs d'une évolution majeure : l'apparition d'une volonté d'expliquer concrètement les modes de transmission du virus alors qu'on a vu qu'en 1990, ces modes de transmission, et les connaissances scientifiques sur la maladie restaient dans le flou,

- et le développement d'un discours injonctif visant à convaincre le plus de personnes possible de la nécessité absolue de se protéger (très forte augmentation de l'évocation du préservatif, alors que l'on a exclu du corpus les scénarios dont l'action principale tournait autour de sa mise en scène<sup>3</sup>).

Il semble donc bien que le discours ait évolué vers une formulation plus "abstraite", une vision moins personnelle motivée par la volonté de délivrer un "slogan qui marque", et de faire référence à des figures emblématiques: 5 évocations de Cyril Collard, 3 références aux "Nuits fauves", 1 de Freddy Mercury, de Magic Johnson, Hervé Guibert.

Sans doute faut-il voir-là l'impact de la forme différente des 2 concours:

- scénarios longs en 1990, d'une dizaine de pages en moyenne, assez détaillés,
- plus courts en 1993: de 2 (grande majorité des cas) à 6 pages, ce qui implique d'aller plus directement à l'essentiel de moins entrer dans le détail de la description des comportements et de faire référence à des archétypes.
- concours incitant à mettre en scène l'exclusion en 1990, ce qui nécessite une identification poussée, une implication plus forte
- concours laissant le thème libre en 1993 et dont la formulation "3 000 scénarios contre un virus" situe la démarche dans une logique de mobilisation générale, de lutte collective contre la maladie et

---

<sup>3</sup> Il s'agit des situations N°2, 4, 5, 6, et 23 proposées par les organisateurs du concours.

donc de nécessité de convaincre ceux qui ne se sentent pas encore concernés.

On est donc bien là plus dans une démarche "citoyenne" où l'on cherche à faire prendre conscience **aux autres** (les jeunes, ceux qui ne se sentent pas concernés, etc.) de la gravité du problème et de l'importance des enjeux, que dans une démarche individuelle, d'appropriation du discours général et de changement effectif de comportement.

Nous avons regroupés ici quelques unes des phrases les plus représentatives de cette tendance:

### **Être "efficace", convaincant, c'est souvent trouver ou rechercher un "slogan"**

L 918 le gâteau complètement allumé. slogan + numéro de téléphone dit par vo  
 L 1463 ai pas d' idée précise pour le slogan, à part qu' il sera dans le styl  
 L 1582 s un énorme bruit de verre. un slogan apparaît alors à l' écran:" si p  
 L 1463 ision se couvre de rouge et le slogan apparaît. je n' ai pas d' idée p  
 L 1443 licité mù' est inspirée par le slogan" le sida c' est l' absence". la  
 L 113 ère vue: sur l' écran alors le slogan: les notes de sa vie ne joueront  
 L 1459 ouvre de rouge, et apparaît le slogan. ou pour être plus choquant, la  
 L 548 us qu' à quelques mètres: noir slogan: pourquoi se priver de tout cela  
 L 907 t peut basculer en un instant. slogan scène 1) en parler ne suffit pas

### **Évoquer ce "qu'il faut faire", ce que l'on "doit faire" (political correctness)**

L 555 e pour aimer à notre époque il faut aimer le plastoc... mais ne devien  
 L 703 abri, c' est pour cela qu' il faut être très très prudent."( soudain  
 L 1312 e seul moyen de protection. il faut éviter si on se drogue d' échanger  
 L 1315 cience humaine, appelé VIH. il faut faire très attention, les risques  
 L 361 maladie est mortelle, alors il faut la prendre par devant et se protég  
 L 553 ut te faire mourir alors il ne faut pas en rire il existe un moyen pou  
 L 1339 ues qu' ils couraient. le sida faut pas en rire, ~a peut arriver à toi  
 L 1319 sida déclarés en France. il ne faut pas penser que suite à une poignée  
 L 1313 ' échanger les seringues et il faut utiliser le préservatif quand cela

### **Développer un discours d'injonction sur la prévention**

commettez pas d' imprudence protégez-vous ce que je voudrais surtou  
 L 1341 u aimes quelqu' un protège toi protégez-vous et le sida ne passera plu  
 L 1583 ' est à l' abri du sida, alors protégez-vous, utilisez des préservatif

### **et sur l'exclusion**

L 347 de vous replier sur vous-même, aidez les plus injustement défavorisés,  
 L 1321 ux!!. comprenez les sidéens et aidez les... pour vous procurer les adr

## "Éduquer", faire prendre conscience

- L 692 r au problème du sida. cela te concerne, ca nous concerne tous..." Fra  
 L 1244 ng; et aussi mais cela ne vous concerne pas directement, entre une mèr  
 L 625 out le monde. cette maladie ne concerne plus seulement les toxicomanes  
 L 693 ida. cela te concerne, ca nous concerne tous..." François:" oui, pourq  
 L 1248 revoir. fin. 5/ 6 le sida nous concerne tous plus ou moins, nous somme

On note donc essentiellement le développement d'un discours sur la maladie qui tend à s'institutionnaliser. Cette tendance montre à l'évidence le succès des campagnes de prévention et d'information puisque celles-ci sont reprises (notamment les slogans: "le préservatif préserve de tout sauf de l'amour", etc.), réutilisées, que l'utilisation du préservatif est présentée comme une évidence, comme le seul moyen de protection efficace. Les jeunes ayant répondu au concours adhèrent à ces messages, et l'on peut faire l'hypothèse que leur volonté des les réémettre à l'attention d'autres jeunes supposés moins concernés pour les informer et les convaincre est un signe qu'ils adoptent le comportement en accord avec les attitudes qu'ils préconisent (dissonance cognitive). En ce sens on peut affirmer que les campagnes ont porté leurs fruits: la maladie est mieux connue (modes de transmission) et le préservatif est étroitement associé à la vie sexuelle.

Trois remarques doivent cependant être faites sur la base de l'analyse de ce corpus restreint.

### **1° La formulation ou la reformulation des messages réfère essentiellement à un univers et un mode de pensée qui reste très rationnels.**

Pour les jeunes, la nécessité du port du préservatif a besoin d'être réaffirmée. Il s'agit de "se protéger et de protéger l'autre", voire d'enrayer l'épidémie en adoptant un comportement responsable. On est dans un discours de l'ordre du devoir, de la raison dont l'efficacité n'est pas prouvée s'il doit entrer en conflit avec les désirs, les sentiments et les émotions des adolescents s'éveillant à la vie sexuelle.

Les jeunes en semblent conscients puisqu'ils continuent à répercuter ces "messages de raison" en misant sur leur répétition (intégration d'une démarche de type publicitaire) pour les rendre



incontournables au moment fatidique, comme s'ils avaient conscience du peu de force de la raison face au désir.

## **2° Le préservatif fait partie de cet univers rationnel: il est associé à la vie sexuelle, mais n'est pas un "acte d'amour".**

Le préservatif apparaît bien comme assez étroitement associé à la vie sexuelle, mais son port est un acte de protection conscient, pas un acte d'amour. Il est à ce sujet significatif de noter que les de relations sexuelles mises en scène dans le corpus étudié, qu'il s'agisse d'explications de la transmission (comportement exemplaire négatif) ou de mise en situation du préservatif, se situent en majorité dans le cadre de relations épisodiques (rencontres en boîte de nuit, aventures).

S'ils associent le préservatif à la vie sexuelle, les scénaristes ne semblent pas avoir réussi à intégrer le préservatif dans la vie sentimentale, c'est à dire là où la part émotionnelle est la plus forte et peut entrer en contradiction avec un discours purement rationnel. Sans doute faut-il voir-là l'impact de campagnes ayant essentiellement visé à promouvoir le préservatif et son utilisation par le côté pratique, effort qui doit être poursuivi, mais doit à notre avis être complété par un discours faisant appel à plus d'émotion et de sentiment.

## **3° Le discours des jeunes sur le sida reste très globalisant et a du mal à s'ancrer dans le concret.**

Par rapport à 1990, on note sur les 45 scénarios retenus en 1993, comme nous l'avons vu plus haut, une meilleure connaissance des modes de transmission, et une volonté nette chez les scénaristes de les expliquer (discours didactique). En ce sens on constate donc un progrès des connaissances, dont on peut supposer qu'il permet de mieux maîtriser les risques.

Cependant les scénaristes nous semblent avoir une tendance beaucoup plus marquée à développer un discours d'ordre général, peu impliquant individuellement sur la maladie:

L 561 ut: le sida est une affaire de prévention alors ne sors pas sans ton p  
 L 1255 t de participer à une forme de prévention car l' information est à mon  
 L 1311 as encore trouvé de vaccin. la prévention est pour l' instant le seul  
 L 1253 o, j' espère faire un geste de prévention. peu importe la récompense,  
 L 1006 t de vivre. l' information, la prévention, pour comprendre la maladie,  
 L 1251 ns l' attente d' un vaccin, la prévention reste la meilleure des solut

L 1323 prend vous pouvez téléphoner à sida info- service au 05 36 66 36, appe  
 L 1319 1993, nous avons 22 939 cas de sida déclarés en France. il ne faut pas  
 L 677 la mort de" Cyril Collard", du sida. François est bouleversé, il a les  
 L 1583 i personne n' est à l' abri du sida, alors protégez-vous, utilisez des  
 L 1100 der les personnes atteintes du sida. scénario Pierrot avait fini par s  
 L 692 s t' intéresser au problème du sida. cela te concerne, ca nous concern  
 L 341 ions les jeunes des risques du sida. en leur disant de bien faire atte  
 L 623 t sur l' écran:" méfie- toi du sida, sinon il te tuera". défilé du gén  
 L 1324 oyen de faire face au virus du sida c' est d' en parler. vous pouvez l  
 L 1062 en savoir plus sur le virus du sida et le lendemain elle faisait parti  
 L 549 quoique tu fasses, fais gaffe sida rap: pour ne pas dérapper partout s  
 L 1248 ur!... au revoir. fin. 5/ 6 le sida nous concerne tous plus ou moins,  
 L 1354 comment éviter d' attraper le sida? Sébastien la tête toujours baissé  
 L 26 antasmagoriques d' attraper le sida... tu vois: le mec devient si obsé  
 L 781 t le monde peut l' attraper le sida, de plus ça n' enlève pas le plais  
 L 1300 ur moyen de ne pas attraper le sida est de faire attention.( comme pou  
 L 1094 ue commune on peut attraper le sida. le médecin fait le test à Laurent  
 L 1018 fallait que je me méfie car le sida ca s' attrape partout. Mathilde -  
 L 548 uoi se priver de tout cela? le sida, qui que tu sois, quoique tu fasse  
 L 1004 ciations pour lutter contre le sida le sida n' est pas ce que l' on cr  
 L 7 ' écrire un scénario contre le sida. enfin sur le sida, les préservati  
 L 1339 risques qu' ils couraient. le sida faut pas en rire, ça peut arriver  
 L 1007 pour détruire les" on dit". le sida c' est la solitude, le désespoir,  
 L 1341 rotège toi protégez-vous et le sida ne passera plus car ce n' est pas  
 L 1056 éservatifs, soit ils ont eu le sida suite à une transfusion de sang co  
 L 1308 re contaminée à son fœtus. le sida se manifeste par des infections et  
 L 1304 nner quelques informations. le sida est le résultat de la destruction  
 L 349 e fléau des temps modernes, le sida, les crécelles ne sont plus de mis  
 L 1685 nvahit l' écran. fond noir" le sida, ça n' arrive pas qu' aux autres."  
 L 625 a de la lumière. voix off:" le sida peut concerner tout le monde. cett  
 L 698 e se sent pas concerner par le sida". sa mère:" c' est vrai François?"  
 L 552 is et il ne te manquera pas le sida peut te faire mourir alors il ne f  
 L 877 stiques ne transmettent pas le sida, c' est une maladie humaine... com  
 L 895 ns connaissent le problème: le sida = mort. et la seule manière de s'  
 L 1637 uader sans tout casser. que le sida, c' est sérieux. qu' une fois le p  
 L 1645 guer pour lui expliquer que le sida est mortel qu' une fois le VIH con  
 L 1004 pour lutter contre le sida le sida n' est pas ce que l' on croit, une  
 L 1443 est inspirée par le slogan" le sida c' est l' absence". la caméra est  
 L 1464 qu' il sera dans le style" le sida, c' est l' absence". scène 1: lund  
 L 7 o contre le sida. enfin sur le sida, les préservatifs, et tout le tral  
 L 202 montre l' affiche" numéro vert sida info" service" qui est sur une fen  
 L 561 ui qui convient à ton bout: le sida est une affaire de prévention alor

L'augmentation, la diffusion des connaissances sur la maladie semble aller de pair avec une volonté croissante d'expliquer "aux autres" ce qu'il faut faire, "comment se protéger", de tenir un discours d'ordre très général: "nous sommes tous concernés", "protège-toi", "protégez-vous".

Alors qu'en 1990, sur le thème de l'exclusion, la démarche de fictionnalisation avait enclenché un processus d'identification des scénaristes à la personne du séropositif, les auteurs de 1993 semblent, sur ce corpus restreint, s'être concentrés sur la délivrance de messages d'ordre beaucoup plus général, et avoir totalement intégré la démarche publicitaire.

S'il y a bien réflexion sur la maladie, sur les manières de lutter contre le sida, volonté de communiquer un message clair "contre le virus", l'identification au personnage qui permettrait de créer un rapport de proximité avec la maladie, de "l'expérimenter" en quelque sorte semble largement passée au second plan. Tout se passe comme si les scénaristes "savaient" et voulaient communiquer leur savoir à des "autres", supposés moins au courant, mais la qualification des "autres" reste très vague: "tout le monde", "les jeunes", etc.

Cette tendance à la désincarnation du discours nous semble un fait majeur car si elle s'avérait confirmée sur le reste des scénarios, elle montrerait clairement que se structure un discours social sur le sida, peut-être au détriment d'une prise de conscience individuelle qui peut seule garantir l'adoption de comportements de prévention.

Comme nous l'avons fait remarquer plus haut, la forme et le thème très libre du concours peuvent expliquer cette tendance. On ne peut cependant pas nier que le discours tend à se cantonner dans un cadre strict, délimité, d'ordre rationnel, injonctif, voire parfois incantatoire.

Cette constatation est effectuée sur les scénarios non-primés. Elle va à l'encontre des conclusions que l'on peut tirer de l'analyse des scénarios réalisés qui présentent les caractéristiques inverses: recherche d'une forte identification, description de situations concrètes, ancrées dans la vie de tous les jours, établissant une réelle proximité avec la maladie.

C'est sans doute cette recherche qui a fait que ces scénarios ont été primés. D'après cette étude restreinte, on peut donc faire l'hypothèse que les scénarios gagnants représentent une tendance minoritaire dans la population des jeunes ayant répondu au concours, la plupart se contentant de répercuter les messages déjà existants. Pour être confirmée cette hypothèse supposerait une étude des scénarios sur une plus grande échelle.

Les campagnes d'information et de prévention apparaissent donc, à travers ce corpus, comme ayant produit des effets positifs en augmentant les connaissances des jeunes sur la maladie et en établissant un lien assez direct entre préservatif et relations sexuelles. Elles nécessitent cependant d'être encore complétées par des actions terrain, en face à face ou en groupe pour capitaliser sur cette prise de conscience, en favorisant l'identification à des personnages dans plusieurs situations (rapports uniques, drague, sentiments forts), seul moyen de créer un rapport plus direct à la maladie.

Les actions médiatiques servent essentiellement à créer une référence, à garder le sida à l'esprit et à fournir des informations concrètes sur les risques. Mais elles peuvent aussi concourir à donner "l'impression de savoir", plus qu'une véritable conscience des enjeux.





**ANNEXES**

**MÉTHODOLOGIE**

# MÉTHODOLOGIE



## 1-PHASE DE CARACTÉRISATION DU DISCOURS

Il s'agit d'une phase d'"audit du discours", dans laquelle on cherche à mettre en évidence les thèmes centraux du discours tenu dans les scénarios.

► *Définition des 7 thèmes principaux du concours 1990 "Un séropositif dans la ville"*

- *vécu de la séropositivité*
- *traitement de l'exclusion*
- *perception de la maladie*
- *discours médical & technique*
- *lutte contre l'exclusion*
- *modes de transmission*
- *vision de la prévention*

Chacun de ces thèmes centraux est découpé en champs sémantiques dans lesquels sont regroupés les concepts, les expressions et les formes (les mots) se rapportant aux thèmes.

Chaque champ sémantique correspond donc à un aspect du thème, un axe sous lequel il peut être abordé.

Tous les champs ne sont pas forcément homogènes:

- ils peuvent être très restreints lorsqu'il s'agit de vérifier un point très particulier du discours (lexicalisation d'une expression). Ces champs sont donc essentiellement centrés sur l'emploi d'une expression ou d'un mot.

- ils peuvent être beaucoup plus larges lorsqu'on cherche à mettre en

évidence la façon dont certains concepts sont présentés (sentiments du séropositif). Ces champs plus ouverts, plus conceptuels, ne peuvent être

- suivis à travers un nombre limité d'expressions. Les outils dont nous disposons nous permettent de les remodeler, les actualiser en permanence et d'y inclure les mots et expressions non répertoriés initialement.

La phase "d'audit de discours" a abouti à la définition d'une grille de référence, établie sur la base des 350 000 occurrences environ qui composaient le corpus des 200 scénarios du concours 1990 (environ 1000



pages dactylographiées). Cette grille comportait environ 3 800 mots sélectionnés parmi les 24 000 formes graphiques différentes (24 000 mots différents) comptés sur le corpus.

D'après l'expérience acquise lors d'autres études, il apparaît qu'un corpus d'environ 30 000 occurrences est généralement suffisant pour définir une grille de référence fonctionnelle.

L'étude menée sur les 200 scénarios peut donc être considérée, statistiquement, comme représentative du discours tenu dans ces scénarios.





## 2 - PHASE DE DIAGNOSTIC

### 2-1 PHASE D'ANALYSE DE CONTENU

Afin d'éviter les aspects subjectifs inhérents à un commentaire de texte, nous adoptons une méthodologie d'analyse de contenu qui, couplée avec le découpage en thèmes et champs sémantiques permet d'obtenir un *profil du discours* employé dans le corpus étudié.

Les différents profils sont comparables entre eux et avec le référentiel que constitue le profil obtenu sur les 200 scénarios du concours "Un séropositif dans la ville" qui constituait notre corpus de référence.

Chaque champ sémantique est suivi à travers le nombre d'occurrences de différentes formes (mots et expressions).

► exemple:

le champ *sentiments du séropositif* du thème *vécu de la séropositivité* était suivi à travers les occurrences des formes: *angoisse (s, é, ée,és, ées)*, *cauchemar (s)*, *cauchemardesque*, *effroi*, *insoutenable* etc.

ou le champ *rapport à l'autorité répressive* du thème *traitement de l'exclusion* a été suivi à travers des formes *autorité (s)*, *administration (s)*, *chef (s)*, *directeur (s)*, *flic(s)*, *policier(s)*, *vigile (s)*, *ministre*, *patron (s,ne, nes)* *gendarme(s)*, *obligation (s)* *obligatoire(s)* etc.

On a ainsi introduit un aspect quantitatif, mesurable et comparable, dans l'analyse qualitative de discours.

Cette démarche permet de mettre en évidence:

- les thèmes prédominants du discours
- les thèmes développés préférentiellement suivant les critères de segmentation retenus
- les mots employés pour faire passer les messages.

On obtient ainsi un véritable profil de discours en fonction d'un référentiel, ce qui nous permet de passer ensuite à une phase comparative.

### 2-2 PHASE COMPARATIVE :

#### ***intégration de critères de segmentation et comparaison de l'évolution du discours dans le temps***

L'étape précédente nous a permis de créer un référentiel en établissant un profil de discours. Il devient dès lors possible de comparer:

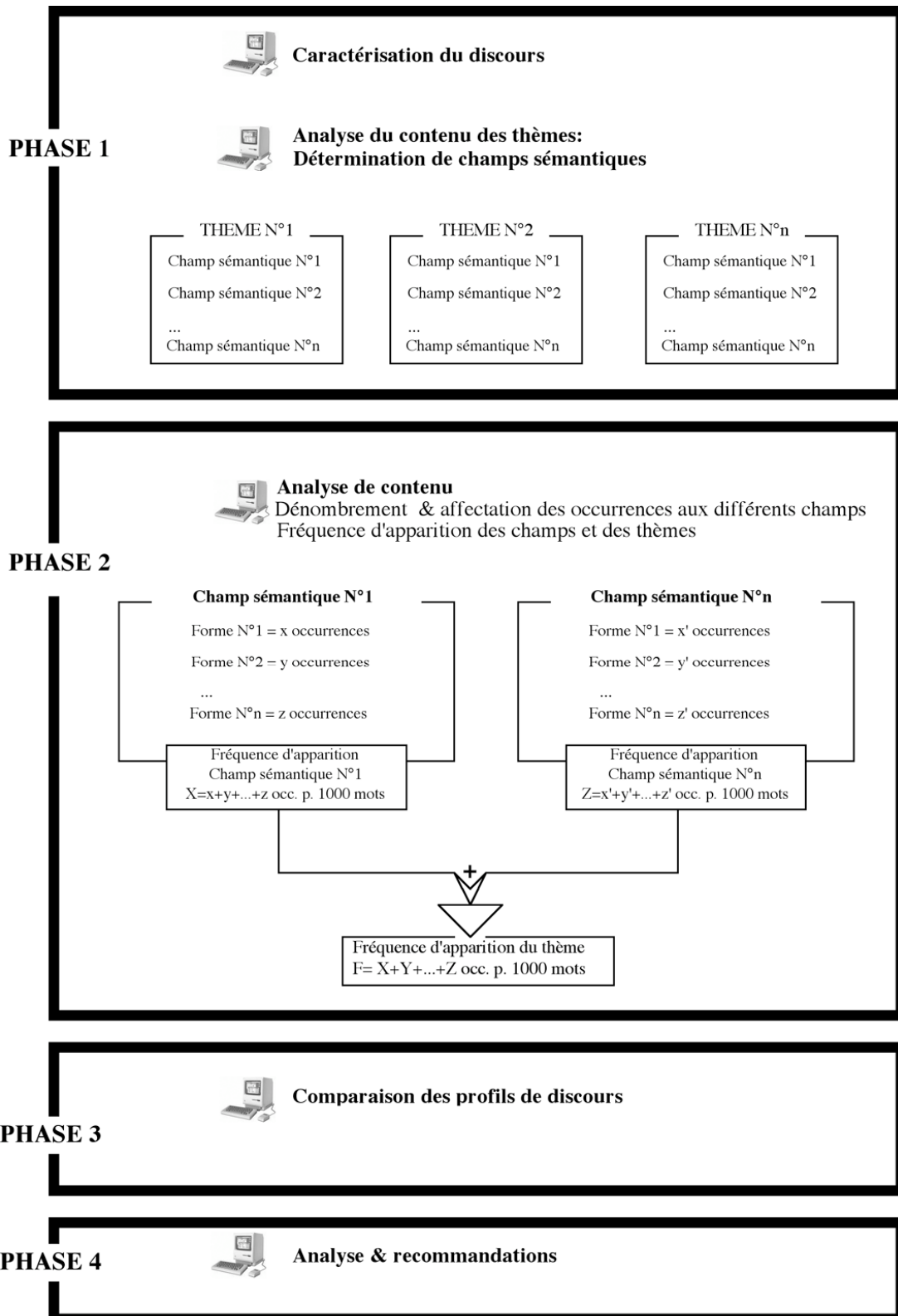
- le discours tenu en fonction du sexe des scénaristes
- le discours tenu en fonction de l'âge des scénaristes



- les variations de discours (variations de fréquence d'apparition des thèmes  
et traitement des thèmes en fonction du temps (comparaison 1990-1993  
...)

On obtient ainsi une série de *profils comparatifs de discours* .

La grille de référence définie lors de l'étude des 200 scénarios a ensuite été appliquée aux sous-parties du corpus de référence: segmentations par âge et par sexe. La même grille enrichie des nouvelles "formes graphiques" les mots nouveaux apparaissant dans le corpus de 45 scénarios du concours 1993 et n'étant pas apparues dans le corpus des 200 scénarios, a ensuite été appliquée aux textes issus du concours 3 000 scénarios contre un virus, ce qui garantit la comparabilité des résultats.



## PHASES LOGICIELLES



### 1-Index alphabétique des occurrences



Le logiciel nous fournit l'index comme suit:

N° classement	nb d'occurrences	Forme
3424	2	initial
3425	1	initiale
3426	1	initiales
3427	1	initialisée
3428	3	initiative
3429	1	innovant
3430	1	innovation
3431	1	inscrites
3432	1	inscrits
3433	1	insécurisant



## 2- identification et quantification des segments répétés:

N° classement	longueur du segment (nb de mots)	Fréquence d'apparition (nb d'occurrences)	segment (expression) répété
1642	L= 2 F=	3	première étape
1643	L= 3 F=	3	principaux marchés de
1647	L= 2 F=	5	croissance de
1648	L= 2 F=	4	développer les
1650	L= 2 F=	5	fonctions de
1654	L= 3 F=	7	lignes de produits
1655	L= 3 F=	5	milliards \$ US
1656	L= 3 F=	3	milliards de dollars
1658	L= 2 F=	4	offrir aux
1659	L= 2 F=	4	partenariat avec
1661	L= 2 F=	3	processus de
1662	L= 2 F=	3	sites du
1663	L= 2 F=	3	sociétés de
1671	L= 2 F=	6	capacité à
1672	L= 2 F=	3	capacité industrielle
1673	L= 2 F=	3	distribution de
1678	L= 3 F=	3	gamme de produits



### 3- vérification / contrôle de l'affectation des occurrences à un champ / thème donné.

=== Requête num 1 === financiers -> F= 5

--- Concordance --- tri après

L 2 mbreux contrats commerciaux et financiers à travers le monde, c' est l  
L 2 de partenariats et d' accords financiers allant de la recherche et du  
L 1 riorités offrant des avantages financiers indiscutables. Les principes  
L 1 es secteurs comme les services financiers, la banque et les services p  
L 1 que d' importants engagements financiers ont été consacrés à la forma

=== Requête num 2 === industrielle -> F= 14

--- Concordance --- tri après

L 1 cours de cessation d' activité industrielle. XXXX recherche également  
L 1 XXXX, cesseront leur activité industrielle. Echirolles en France et P  
L 2 aux marchés de l' électronique industrielle". Présent au Japon XXXXXXX  
L 1 inuer à ajuster notre capacité industrielle aux volumes que nous vendo  
L 2 ectric) chargée de l' activité industrielle, dans laquelle XXX est maj  
L 1 s' interroger sur la vocation industrielle de XXXX. XXXXXXXXXXXX Quoi  
L 1 ent sa présence commerciale et industrielle en Europe de l' Est et d'  
L 1 ont créé cette nouvelle norme industrielle en matière de portables? T  
L 1 la baisse de la valeur ajoutée industrielle et la décroissance en vale  
L 1 ent à bien gérer leur capacité industrielle, et ont mis en place des m  
L 1 aux marchés de l' électronique industrielle: informatique, télécommuni  
L 1 et du milieu local. En matière industrielle, les enjeux étaient consid  
L 1 a fabrication." à la structure industrielle mondiale correspondra une  
L 1 à XXXX le surcroît de capacité industrielle qui lui permettra de trava



#### 4- Identification et dénombrement des formes et segments sur ou sous-employés dans une partie particulière du corpus.

-- Analyse des Spécificités du corpus : PRESSE au seuil : 0.15

nombre des occurrences : 32287  
 nombre des formes : 5485  
 nombre de parties : 4

N° usage: class.	segment  b=	Fréquence		TITRES			
		d'apparition	La	Le			
		totale	Tribune	Monde	Libération	Fig-Eco	
banal							
2821	amélioration de la qualité	8	4+ E05	1	1	2	
2822	amélioration des conditions de	3	0	1	1	1	b
2830	culture d entreprise	3	1	0	0	2	b
2833	efficacité et compétitivité	3	1	2 +E01	0	0	
2834	effort de rationalisation	3	1	1	0	1	b
2840	réduction des effectifs	4	1	1	0	2	b
2842	savoir faire	4	0	1	1	2	b
2843	Affaires Internationales	6	0	0	6 +E04	0 -E01	
2848	Royaume Uni	4	0	1	1	2	b
2853	contrôle de la qualité	4	0	0	2	2	b
2854	fabricants	3	2 +E01	0	0	1	
2873	Amérique du Nord	4	0	1	3 +E02	0	
2874	Fondation XXXX	3	0	0	3 +E02	0	
2878	concurrent X	4	0	1	1	2	b
2886	accords de recherche et	3	0	1	0	2	b
2887	adaptation	3	0	1	1	1	b
2891	se concentrer sur XXXXXXXXX	4	1	0	1	2	b
2894	joint ventures	3	0	1	1	1	b
2906	Grande Bretagne	4	1	3 +E02	0	0	
2909	Pays Bas	3	0	0	3 +E02	0	

Cette phase nécessite un découpage et un codage préalable du corpus étudié.

Exemple: Dans un corpus composé de plusieurs numéros de journal interne, on peut identifier des parties

régulières: Edito, article central, vie des produits, etc.

Grâce au codage ,

-on peut donc mettre en évidence le sur-emploi ou sous-emploi de certains thèmes dans telle ou telle partie,

- vérifier l'adéquation des messages par rapport au référentiel que constituent les documents de références (directives, chartes de communication),

- étudier l'usage d'un thème en fonction du temps, etc.



Ici, l'exemple montre un découpage en 4 parties (4 titres de la presse quotidienne nationale)

2821 amélioration de la qualité      8      4+ E05      1      1      2      | |

signifie que l'expression amélioration de la qualité, employée 8 fois dans le corpus est sur-employée dans la partie N° 1 (La Tribune) (4 occurrences, soit une variation de + 10<sup>5</sup> par rapport aux autres titres).

2894 joint ventures      3      0      1      1      1      | b |

signifie par contre que cette expression est d'un usage banal sur l'ensemble du corpus (thème traité de manière indifférente par l'ensemble des titres).

-- Index hiérarchique partie: 1 /code LA TRIBUNE

24	43	systemes	
31	24	Groupe	+E04
35	22	clients	
37	20	applications	-E02
46	17	intégration	
53	16	produits	
57	15	services	
59	14	client	
63	12	fabrication	
69	11	équipe	-E02
72	11	marché	
85	10	solution	
86	10	solutions	
87	9	Etat	+E02
90	9	concurrence	
107	8	utilisateur	
109	7	Europe	
114	7	commerciale	
116	7	développement	
118	7	effectifs	



répartition des scénarios du corpus 1990

	nb scénarios	nb mots	%
<b>Age</b>			
15-20	97	168 170	48,49%
20-25	94	175 320	50,55%
mixte	9	3 320	0,96%
<b>Ensemble</b>	<b>200</b>	<b>346 810</b>	<b>100,00%</b>
<b>Sexe</b>			
hommes	103	180 740	52,11%
femmes	82	148 980	42,96%
mixte	14	17 090	4,93%
<b>Ensemble</b>	<b>200</b>	<b>346 810</b>	<b>100,00%</b>
<b>Habitat</b>			
Paris	67	117 120	33,77%
Gdes Villes	68	123 960	35,74%
Rural	34	57 280	16,52%
Banlieues	29	44 950	12,96%
DOM-TOM	3	3 500	1,01%
<b>Ensemble</b>	<b>200</b>	<b>346 810</b>	<b>100,00%</b>