



HAL
open science

Captation et prévention : des liaisons dangereuses ?

Vincent Coppola, Odile Camus

► **To cite this version:**

Vincent Coppola, Odile Camus. Captation et prévention : des liaisons dangereuses ?. Communication - Information, médias, théories, pratiques, 2012, 31 (1), 10.4000/communication.2890 . hal-02526974

HAL Id: hal-02526974

<https://normandie-univ.hal.science/hal-02526974>

Submitted on 26 May 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

Captation et prévention

Des liaisons dangereuses ?

Vincent Coppola et Odile Camus



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/communication/2890>

DOI : 10.4000/communication.2890

ISBN : 978-2-921383-38-7

ISSN : 1920-7344

Éditeur

Université Laval

Édition imprimée

Date de publication : 23 février 2012

ISSN : 1189-3788

Ce document vous est offert par Université de Caen Normandie



Référence électronique

Vincent Coppola et Odile Camus, « Captation et prévention », *Communication* [En ligne], Vol. 30/1 | 2012, mis en ligne le 29 novembre 2012, consulté le 25 mai 2021. URL : <http://journals.openedition.org/communication/2890> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/communication.2890>

Ce document a été généré automatiquement le 25 mai 2021.



Les contenus de la revue *Communication* sont mis à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

Captation et prévention

Des liaisons dangereuses ?

Vincent Coppola et Odile Camus

- 1 Apparue dans les années 1980, l'infection à VIH/sida est toujours considérée par les instances politiques responsables des questions de santé publique comme un objet de préoccupation¹. En revanche, en tant qu'objet de représentation et de perception sociale, le sida a progressivement perdu sa singularité et évolué vers le statut de maladie chronique, faisant face ainsi depuis plus d'une décennie à un phénomène de banalisation et de désaffectation qualifié par certains de « normalisation » (De Cock et Johnson, 1998 ; Setbon, 2000). Les dernières enquêtes de type *knowledge, attitudes, beliefs and practices* (KABP) montrent d'ailleurs que ce processus de banalisation dans la perception du sida va de pair avec un relâchement croissant des pratiques de prévention (Beltzer *et al.*, 2005).
- 2 Face à cette situation, les médias de masse peuvent évidemment (re)devenir des acteurs de première importance. En effet, la participation de ceux-ci à la lutte contre le sida et plus généralement leur engagement dans la promotion de la prévention sont souvent requis lorsqu'il s'agit de diffuser de larges campagnes d'information (Rice et Atkin, 2002 ; Salmon et Atkin, 2003). Dès lors, on comprend qu'une attention toute particulière soit portée à la composition du message dans le but d'obtenir des changements comportementaux profonds et durables tout en évitant de quelconques effets pervers ou contre-productifs (Myrhe et Flora, 2000 ; Bertrand *et al.*, 2006 ; Palmgreen *et al.*, 2007 ; Noar *et al.*, 2009).
- 3 Cependant, à côté de ce regard plutôt optimiste sur le rôle des médias dans la prévention des problèmes de santé publique, il en existe un autre, plus critique, porté sur les mécanismes par lesquels les médias « construisent l'événement » (Veron, 1981 ; Charaudeau, 1997 et 2005 ; Camus et Georget, 2003). Au cœur de la critique et s'agissant en particulier du risque que représentent pour des populations données certains phénomènes émergents², on trouve l'argument suivant : les médias ne se limitent pas à rapporter de manière factuelle lesdits phénomènes qui surviennent et le traitement qu'ils en font n'est pas commandé par de strictes considérations sanitaires, ils les mettent en scène et les donnent à voir d'une certaine manière, orientant ainsi la lecture qui peut

en être faite et impulsant des représentations qui s'ajouteront à celles déjà existantes dans la mémoire collective (Sandman, 1997 ; Sicard, 1998).

- 4 S'inspirant de ce regard critique, l'étude présentée ici porte sur le traitement médiatique du sida et ses effets de réception. Nous commencerons par convoquer, à titre de cadres théoriques, quelques propositions issues des travaux consacrés au rôle des médias dans la perception des risques, d'une part, et de la perspective constructiviste en communication, notamment dans ses applications au journalisme, d'autre part. Puis, forts de ces références, nous procéderons à une analyse de l'information consacrée au sida dans la presse généraliste française. Il s'agira plus particulièrement d'y répertorier quelques procédés de mise en forme langagière participant selon nous de la construction de l'événement et d'une visée autre que strictement (et élémentairement) informative. Viendra ensuite le temps de l'expérimentation où il s'agira de mesurer quelques (possibles) effets en réception de ces procédés langagiers. Enfin, sur la base des résultats observés à l'occasion de cette étude empirique, nous proposerons, à titre de conclusion, quelques considérations sur le rôle des médias en matière de prévention.

Du risque factuel au risque médiatiquement construit

- 5 Les travaux sur le fonctionnement des médias en période de « crise » mettent en question l'ensemble des processus qui, dans le travail de médiatisation de l'événement, contribuent à la subjectivisation du risque objectif. De ces travaux se dégage une conclusion assez consensuelle que l'on peut résumer à l'aide des propositions suivantes³ :
1. Les médias ont un rôle à jouer pour ce qui est d'attirer l'attention du public sur certaines questions et, au bout du compte, contribuent à créer un sentiment d'urgence à leur égard (Combs et Slovic, 1979 ; Af Wahlberg et Sjöberg, 2000 ; Neto *et al.*, 2006) ;
 2. Les médias exagèrent certains risques et en ignorent d'autres, sacrifiant l'objectivité au profit du sensationnel (Kristiansen, 1983 ; Johnson et Covello, 1987 ; Karpowicz-Lazreg et Mullet, 1993) ;
 3. Les médias dirigent les préférences du public, définissent quels sont les problèmes importants et la façon dont les événements doivent être compris (Mc Combs et Shaw, 1976 ; Iyengar, 1991) ;
 4. Si un fait peut être (intrinsèquement) catastrophique ou menaçant pour les populations qui en sont victimes, c'est dans bien des cas par le discours journalistique tenu sur lui qu'il prend — ou non — un statut de « catastrophe » (Favier et Granet-Abisset, 2005) ;
 5. Enfin, sous certaines conditions, les médias ont un effet persuasif majeur sur les attitudes du public, même si leur but n'est pas de convaincre qui que ce soit de quoi que ce soit (Kinder et Sears, 1985 ; Derville, 2005).

L'information médiatique : construit ou donné

- 6 L'idée que l'information n'est pas un donné que les journalistes n'auraient qu'à capter et à restituer en l'état, qu'entre ce qu'il est convenu d'appeler la « réalité brute » et sa relation dans (et par) les médias intervient toute une série d'opérations de mise en forme du réel, depuis sa hiérarchisation jusqu'à sa mise en discours, fait également l'objet d'un large consensus au sein des sciences humaines et sociales. Des recherches pluridisciplinaires ont en effet contribué à faire de la « construction de l'information », et par-delà du « réel », dans les médias, ainsi que de son influence sur les individus, une thèse solide et

probante (Delforce, 1996 et 2004 ; Derville, 1999 ; Jamet et Jeannet, 1999 ; Benoit, 2004 ; Moirand, 2007). Laissons-nous ainsi guider dans un premier temps par quelques propositions allant clairement dans ce sens :

Les événements sociaux ne sont pas des objets qui se trouveraient tous faits quelque part dans la réalité et dont les médias nous feraient connaître les propriétés et les avatars après coup avec plus ou moins de fidélité. Ils n'existent que dans la mesure où ces médias les façonnent [...]. Les médias informatifs sont le lieu où les sociétés industrielles produisent notre réel (Veron, 1981 : 7).

Les médias ne transmettent pas ce qui se passe dans la réalité sociale, ils imposent ce qu'ils construisent de l'espace public [...]. [Leur] idéologie du « montrer à tout prix », du « rendre visible l'invisible » et du « sélectionner ce qui est le plus frappant » [leur] fait construire une vision parcellaire de cet espace public, une vision adéquate à [leurs] objectifs mais bien éloignée d'un reflet fidèle (Charaudeau, 2005 : 12).

- 7 Les médias « façonnent » et « produisent » notre réel, autrement dit en donnent une représentation⁴. Si l'on veut bien admettre que la réalité factuelle constitue dans son essence même un invariant, à connaître ou à construire, alors on admettra aussi que la connaissance véhiculée par les médias est une connaissance d'un ordre autre que factuel⁵. C'est bien par la mise en œuvre d'une panoplie de mesures discursives que la machine médiatique va proposer ou imposer cet ordre, devenant ainsi un peu moins transparente et un peu moins « informative » qu'on se plaît à le croire dans les imaginaires sociaux.
- 8 Cependant, cette moindre « transparence » ne signifie pas pour autant que l'information journalistique ou ce qu'il est convenu d'appeler plus communément la « nouvelle », soit *sui-référentielle*. Il semble en effet difficile de refuser à l'information médiatique tout lien avec l'ordre du donné, entendu ici comme occurrence du réel, et de considérer que vérité et objectivité ne sont que des concepts définitivement illusoire dans la pratique journalistique. Ainsi Gauthier propose-t-il par exemple de s'en tenir à une « position réaliste sur le journalisme » (2003 : 196) ou encore à une « analyse réaliste de la construction journalistique » (2004a : 175), position et analyse admettant donc l'idée de « construction », mais rejetant le projet de traiter de celle-ci à travers le prisme de la posture constructiviste : « Pour sauvegarder le caractère construit du journalisme, il faut renoncer à l'idée de la construction sociale de la réalité et au contraire admettre qu'existe une réalité non construite à partir de laquelle s'élabore la construction journalistique » (Gauthier, 2004b : 24). À ce stade de notre contribution, notre intention n'est pas de prendre part au débat de nature épistémologique ouvert depuis plus d'une décennie sur la question du constructivisme dans ses applications à la production journalistique (Delforce, 1996 et 2004 ; Gauthier, 2003 et 2005), mais plus modestement de circonscrire un peu mieux cette idée de construction du réel dans le domaine de l'information journalistique afin d'aborder de manière un peu plus éclairée et « raisonnée » notre étude à venir de l'information consacrée à l'infection à VIH/sida.

La construction verbale de l'information

- 9 Un consensus existe également dans le domaine des sciences humaines et sociales concernant le caractère profondément structurant du langage et de la parole. On rappellera par exemple que chez Berger et Luckmann, le langage participe activement de l'objectivation des visions subjectives des acteurs (« The common objectivations of everyday life are maintained primarily by linguistic signification » [1967 : 67]), que pour Blakar, les choix de langage parmi lesquels le choix des mots et des expressions, le choix

de la forme grammaticale, constituent des « instruments de pouvoir » (1979 : 126), enfin que pour Whorf, la langue d'une société humaine donnée organise l'expérience des membres de cette société et par conséquent façonne leur monde et leur réalité (« Nous découpons la nature suivant les voies tracées par notre langue maternelle » [1956 : 125]), ce dernier reprenant, en la radicalisant, la thèse de Sapir, dont il est l'élève (et le collaborateur), thèse qui est en substance résumée dans la citation suivante :

The fact of the matter is that the « real world » is to a large extent unconsciously built up on the language habits of the group. No two languages are ever sufficiently similar to be considered as representing the same social reality. The worlds in which different societies live are distinct worlds, not merely the same world with the different labels attached (Mandelbaum, 1951 : 162).

- 10 Ainsi, pour certains, de même qu'il est impossible de considérer le langage comme un système transparent en matière de transmission d'information ou comme un simple véhicule inerte du réel, il est difficile de concevoir le journaliste, ici scripteur médiatique, comme un simple chaînon de transmission entre l'événement et l'auditeur/lecteur auquel il s'adresse. Disposant de quelques degrés de liberté, ce scripteur doit être conçu comme un créateur qui participe, par le choix de ses mises en forme langagières, à la construction active du référent : « Par rapport au traitement de l'information se pose un problème de taille [...]. Le traitement, c'est la manière de faire, la façon dont l'informateur décide de rapporter langagièrement (et iconiquement s'il a recours à l'image) les faits qu'il a sélectionnés » (Charaudeau, 2005 : 26). Et il nous semble que c'est également de cette efficacité du langage dont il s'agit dans le passage suivant au sujet d'une « conception de l'objectivité inatteignable » :

Par conception inatteignable, j'entends celle qui consiste à prétendre ou à présupposer que le journaliste peut faire abstraction de la nature de la langue, de la nature foncièrement indirecte et subjective de sa médiation et choisir délibérément l'option objectiviste de la mise en mots neutre, ontologique et transparente ; il peut certes réguler le degré d'engagement de ses interventions, y réduire le plus possible la subjectivité inhérente à toute énonciation, mais il ne peut jamais l'annuler totalement (Koren, 2004 : 210)⁶.

- 11 En effet, ce que donne à connaître le média, notamment écrit, ce ne sont pas des faits bruts mais des mises en mots (en énoncés) de ceux-ci, autrement dit l'information « raconte » le réel en le configurant dans des formes langagières, ce qui veut dire que « techniquement », elle ne peut pas ne pas « construire » et donc peu ou prou, « déformer », « transformer », « manipuler » (au sens propre, non nécessairement péjoratif) ce réel. Convenons de dire alors que la réalité factuelle⁷, a-signifiante dans son essence et potentiellement à connaître, appelle nécessairement une mise en mots et que c'est là un point d'ancrage possible de la construction du réel dans le domaine de l'information médiatique. Ce dernier propos mériterait quelques questionnements supplémentaires sur le langage, notamment des considérations de type historique et anthropologique sur ses origines et des considérations de type épistémologique sur ses fonctionnalités. S'y adonner dépasserait largement l'objectif de cette contribution. Cependant, nous ne serons pas sans nous interroger sur le caractère au moins potentiellement constructiviste du langage en discutant de cet autre argument invoqué pour soutenir les propositions constructivistes, celui de la « constitution connotative du langage » (Benoit, 2004 : 188).
- 12 Selon cet argument, une description langagière de la réalité ne peut pas être normativement neutre, le langage étant une forme médiatrice subjective qui construit et

oriente les descriptions dont il est la condition de possibilité, le cadre et la matière. Pour Delforce, « [l]e fonctionnement normal du langage rend pratiquement impossible de décrire sans <éclairer> en positif ou en négatif, ce qu'on décrit. [...] On peut le faire plus ou moins perceptiblement, mais on ne peut pas y échapper » (1996 : 21). D'une façon générale, le journaliste fait face à un problème de vocabulaire. Quels mots doit-il employer ou choisir pour fabriquer sa copie⁸ et au-delà informer son lecteur en « se rapprochant le plus d'un degré zéro » de l'information (Camus et Georget, 2003 : 235) ? En effet, « il convient de ne pas confondre le mot et la chose, le réel extra-langagier et le monde parlé » (Camus, 1999 : 271) et de ne pas oublier que certaines mises en forme langagières sont aussi des mises en forme efficaces du réel : « On ne sait plus que, entre la réalité du <fait brut> et l'expression linguistique où apparaît l'information brute sur la réalité, la différence est aussi grande qu'entre une chose et son ombre ou entre un son et son écho » (Roth, 2001 : 52). Certains auteurs se sont d'ailleurs attachés à analyser les mécanismes de cette efficacité (ou opérativité) du langage, tel Freund proposant la notion de « mots piégés » (1991 : 151), qui sont considérés par Breton comme relevant d'un « recadrage abusif » et d'une « manipulation cognitive » (2000 : 101). Siblot parle quant à lui de « tours de passe-passe verbaux » et de « mots pourrisseurs » (2004 : 38) et Hazan constate (et dénonce) une « recherche de l'efficacité aux dépens mêmes de la vraisemblance » (2006 : 18)⁹. Aussi devons-nous nous rendre à l'évidence, les choix de mise en forme langagière qui sont opérés par le journaliste sont nécessairement voués à ce que Charaudeau appelle « l'impossible innocence » :

À tout moment, l'informateur devrait se demander, non pas s'il est fidèle, objectif ou transparent, mais quel effet lui semble produire telle façon de traiter l'information, et concomitamment quel effet produirait telle autre façon, puis encore telle autre façon, avant de procéder à un choix définitif. Car le langage est plein de pièges (2005 : 28).

- 13 Cette « impossible innocence » amène inévitablement à interroger la responsabilité du locuteur, de même que l'éthique des pratiques langagières, comme le font Moirand et Porquier au sujet de la presse quotidienne nationale et régionale (2008 : 140-141) ou encore Gardin, pour qui « les choix grammaticaux sont bien des choix idéologiques », ce qui l'amène à parler de « morale linguistique » (1999 : 60) et à définir l'être moral dans le domaine de la langue comme celui « qui se sent appelé, se sent autorisé, s'autorise à travailler son expression, à avoir un comportement linguistique autre qu'instinctif ou contraint de l'extérieur » (2008 : 31)¹⁰. Or, un certain nombre de travaux se sont attachés à montrer que le journaliste participe à un système contraignant qui lui impose certains comportements, au nombre desquels figurent les comportements linguistiques (Charron *et al.*, 1991 ; Derville, 1999).

Les contraintes du contrat d'information médiatique

- 14 Il est classique de reconnaître que la concurrence médiométrique impose aux journalistes d'intéresser plus que d'informer, ce qui les conduit à faire un certain nombre de choix dans les thématiques et dans la façon de les traiter. L'écriture journalistique doit se trouver à la convergence d'une lecture de « plaisir » à laquelle correspondent des « stratégies de séduction » et d'une information « exacte » en offrant des gages de sérieux et de véracité auxquels correspondent des « stratégies de crédibilité ». Or, en réception, l'idée même d'information exclut l'ordinaire, le commun, le banal, l'habituel, au profit de l'accidentel, du surprenant, de l'imprévisible, du tragique, de l'exceptionnel.

Ce n'est pas un hasard si tous les médias, mais aussi les publics auxquels ils s'adressent, s'accordent pourtant à considérer comme « événement » un certain nombre de faits tels que les vastes rassemblements, les incidents dramatiques ou les catastrophes par exemple. Les journalistes ne font que reprendre, avec leurs moyens propres, une définition sociale de l'événement qui existe presque indépendamment d'eux (Champagne, 1991 : 65).

- 15 Le journaliste devra alors satisfaire ces attentes contractuelles que sont la « visée de captation » et l'« événementialisation du réel » :

Le propos comme composante du contrat d'information médiatique s'inscrit donc dans un processus d'événementialisation au terme duquel doit apparaître ce qui fait « nouvelle ». Il découpe le monde en un certain nombre d'univers de discours thématiques qui deviendront autant de rubriques, et traite ceux-ci selon des critères d'actualité, de socialité et d'imprévisibilité, leur assurant ainsi une certaine visibilité, une certaine publicisation et produisant un possible effet de captation (Charaudeau, 2005 : 84).

- 16 Dès lors, le potentiel attractif de l'information ainsi que sa valeur de pertinence, entendus ici comme sa raison d'être communiquée et sa reconnaissance en tant qu'objet d'échange valide et conforme, devraient passer par sa capacité à trouver une certaine résonance affective, un certain écho émotionnel chez le récepteur. En effet, la visée de captation s'adresse à la vie pulsionnelle du récepteur, celui-ci étant défini par l'instance médiatique comme une « cible affective » ou encore une « cible ressentante », dans tous les cas un « lieu de sensibilité » (Charaudeau, 1994 : 12).

- 17 En référence au propos d'Achache (1991) s'attachant à caractériser le « modèle propagandiste », nous dirons que la « raison » n'est pas le niveau pertinent de cette visée, celle-ci étant orientée vers une couche psychologique plus profonde, s'agissant d'agir sur des forces psychiques localisées hors du champ de la réflexion. Le média se trouve dans une situation contractuelle où importent plus la nouvelle et l'économie du raisonnement que l'explication didactique. Dès lors, dire le « vrai » et dire le « fait » se doublent d'un montage informatif qui lie le commentaire à la seule fin de l'adapter, par simplification, aux critères de connaissance et de raisonnement d'une cible qui ne soit pas seulement « intellectuelle » mais également « affective ». Il en résulte que ces mises en texte événementielles devraient être des mises en scène dramatisantes du réel, l'instance médiatique ayant pour obligation, sous peine d'être hors jeu ou en dehors du contrat si elle ne s'y astreint pas, de concocter une restitution prétendument transparente mais marquée par une « focalisation dramatisante » (Charaudeau, 1997 : 237). Pour Charaudeau, il ne fait point de doute que l'instance médiatique obéit fondamentalement à une « logique de captation » qui la fait « dériver de façon obsessionnelle vers des mises en scène dramatisantes de l'actualité », l'auteur parlant d'ailleurs d'une « idéologie de la dramatisation » (2006 : 186). La visée de captation aurait alors une valeur plus forte que le devoir de véridiction et de rectitude.

- 18 Cette mise en scène de l'événement se trouve particulièrement mise en évidence dans le cas des « ouvertures dramatisantes »¹¹, qui dans le cas particulier de la presse renvoient à cette culture de l'« effet titre »¹², à cette façon de placer en guise de titres, de sous-titres et de chapeaux des formes au sémantisme sensationnel et anxiogène (catégories du tragique, de l'inouï, de l'énorme, de l'horreur, du brutal, du hors-norme, etc.) et qui pourtant sont sans commune mesure en fait avec le ton beaucoup plus réservé dans la suite de l'article. Mais que reste-t-il dans la « tête » du lecteur une fois qu'ont été mobilisées chez lui des représentations captatrices, des représentations chargées d'affects

et d'imaginaires ? On peut s'interroger sur les effets interprétatifs que produisent certains titres de journaux ainsi que sur le pouvoir autonome d'évocation et de fascination de certains énoncés, capables de condenser à eux seuls l'essentiel de l'information par l'utilisation de termes savamment choisis confinant au symbole et au mythe. Dans bien des cas en effet, la mésinformation, notamment scientifique, ne réside pas tant dans le contenu des articles des journalistes que dans les titres et sous-titres plus ou moins gravement déformants, les mises en page et modes de présentation plus ou moins tapageurs¹³.

- 19 Ainsi, c'est sur la base de ces considérations théoriques que nous appréhenderons désormais l'information médiatique consacrée au sida dans la presse. Cette analyse portera plus particulièrement sur des énoncés journalistiques faisant état de la situation épidémiologique du sida dans lesquels nous tenterons de circonscrire quelques procédés de mise en forme langagière que nous considérerons comme autant de marques-traces de cette « visée de captation » et de cette « événementialisation » du réel.

L'information sur l'épidémiologie du sida : une apparence d'objectivité

- 20 L'un des procédés par lequel le sida a rapidement pris une réalité, non plus seulement biologique, mais également épidémiologique, est le dénombrement de sa prévalence et de son incidence (Herzlich, 2002 ; Herzlich et Pierret, 1988 et 1999 ; Masseran, 1990 ; Strazzula, 1993) :

La règle est que tout article se justifie par le seul fait d'énoncer des chiffres dans son titre, sous-titre ou premier paragraphe. Le sida est d'abord un nombre qui progresse, ce qui d'ailleurs reflète une caractéristique épidémique. Certains articles sont même parfois uniquement consacrés à la citation de chiffres, pour beaucoup fantaisistes et parfaitement incohérents (Strazzula, 1993 : 38).

- 21 Ce dernier propos trouve selon nous écho dans quelques-unes des propositions formulées par Koren à l'occasion d'un travail mené sur le recours aux chiffres dans la presse écrite contemporaine, l'auteure considérant que ceux-ci « sont [...] passés ces dernières années de la fonction de <fait brut> ou information technique à celle d'événement saillant qui joue un rôle central dans la mise en intrigue » (2009 : 66). Il nous semble en effet que cette « règle [selon laquelle] tout article se justifie par le seul fait d'énoncer des chiffres dans son titre, sous-titre ou premier paragraphe » et cette consécration de certains articles « uniquement [...] à la citation de chiffres » correspondent à deux procédures de narrativisation des bilans de victimes définies par Koren, en l'occurrence le « degré minimal de narrativisation » (2009 : 79) et le « récit de chiffres proprement dit » (2009 : 81). Quant au caractère « fantaisiste » et « parfaitement incohérent » des chiffres, on peut se demander s'il n'est pas la conséquence d'une « dérive » de cette narrativisation, lorsque « le chiffre a essentiellement pour fin de porter une surenchère » (Koren, 2009 : 77)¹⁴.
- 22 Par ailleurs, ce procédé s'avère être une constante dans la médiatisation de la maladie¹⁵. Nous en voulons pour preuve les quelques extraits suivants. Ceux-ci proviennent de la presse généraliste française et couvrent plus de deux décennies d'information sur l'épidémiologie de l'infection à VIH/sida.

Le sida a d'ores et déjà tué trois cents malades. Mille autres ont été détectés par les médecins. Et ceux-ci prévoient 24 000 autres patients dans les deux ans à venir. Un

important pourcentage des premiers malades sont morts. Des drogués, des femmes, des enfants, des hémophiles sont également touchés par le sida. Et le mal ne cesse de se répandre : une quarantaine de pays sont aujourd'hui atteints (*Le Matin de Paris* du 18 juin 1983. Nous soulignons).

Mille six cent trente-deux cas de sida ont été officiellement recensés en France au 31 mars 1987. Le rythme des déclarations de cas auprès des autorités sanitaires françaises est actuellement de cinq à six par jour, soit *plus d'une trentaine* de cas signalés par semaine (*Le Monde* du 21 mai 1987. Nous soulignons).

Chaque jour, *plus de 6 000* personnes, dont la moitié de femmes, deviennent séropositives. Le virus VIH n'épargne plus aucun pays. 15 millions de personnes sont *déjà* infectées et, selon une projection de l'Organisation Mondiale de la Santé, 30 à 40 millions de personnes auront contracté le virus d'ici à l'an 2000. *Plus de 4 millions* d'adultes sont *déjà* morts du sida (*Libération* du 2 décembre 1995. Nous soulignons).

Selon un rapport publié, mardi 13 février, par l'Institut national d'études démographiques (INED), *près de 100 000* personnes sont séropositives, et environ 30 000 sont décédées du sida depuis 1985 en France. En 1995, *plus de 5 400* personnes sont mortes des suites de cette maladie (*Le Monde* du 14 février 1996. Nous soulignons).

Après la nette amélioration consécutive à l'introduction des trithérapies, la baisse du nombre de décès marque le pas, selon les données publiées, lundi 20 novembre, par l'Institut de veille sanitaire. *Près de la moitié* des personnes atteintes découvrent leur séropositivité lorsque la maladie se déclare (*Le Monde* du 21 novembre 2000. Nous soulignons).

Les chiffres rendus publics par l'Onusida à l'occasion de la journée mondiale de lutte contre la maladie, samedi 1^{er} décembre, mettent en évidence une recrudescence de l'épidémie. [...] Fin 2001, on comptera 40 millions de personnes infectées par le virus du sida dans le monde. Dans cette *seule* année, 5 millions de personnes ont été nouvellement infectées tandis que 3 millions sont mortes de la maladie (*Le Monde* du 29 novembre 2001. Nous soulignons).

Fin 2002, 42 millions de personnes contaminées [...]. *Déjà* 20 millions de morts. Depuis son émergence, le virus a infecté *plus de 60 millions* de personnes dans le monde, en tuant *plus d'un tiers*. La vaste majorité des malades de la planète n'a toujours pas accès au traitement tandis que l'infection se propage au rythme alarmant de *plus de 14 000* nouveaux cas par jour (*Paris Normandie* du 14 juillet 2003. Nous soulignons).

En vingt ans, *près de 60 millions* de personnes ont *déjà* succombé au Sida, la plus grande épidémie des temps modernes. *Plus de 40 millions* de personnes vivent aujourd'hui avec le VIH dans le monde. Au rythme actuel, quelque 100 millions d'individus seront infectés d'ici *seulement* 2010 (*Le Monde* du 27 février 2005. Nous soulignons).

Le seuil des 40 millions de personnes vivant avec le virus du sida a été franchi, avertissent l'Onusida et l'OMS dans un rapport publié lundi 21 novembre. La lutte contre le sida, dont *plus de 3 millions* de personnes sont mortes en 2005, est encore loin d'être à la hauteur. Chaque jour, quelque 14 000 personnes sont contaminées par le Sida, dont *près de 2 000* enfants de moins de 15 ans. Le sida a tué *plus de 25 millions* de personnes dans le monde depuis son identification en 1981. [...] Parmi les personnes vivant avec le virus, *plus de dix millions* ont entre 15 et 24 ans. En 2005, cinq millions de nouvelles infections ont eu lieu (*Le Monde* du 21 novembre 2005. Nous soulignons).

- 23 Selon nous, ces énoncés appellent le commentaire suivant¹⁶, à savoir qu'ils quantifient le nombre de personnes mortes, malades ou infectées de telle manière que ce nombre soit donné à voir (avant tout ?) comme se situant au-delà d'un seuil acceptable et dépassant une certaine « limite de référence considérée comme un maximum à ne pas dépasser » (Charaudeau, 1992 : 265). En effet, en raison des formes adverbiales qu'ils renferment¹⁷, ne

donnent-ils pas ici un certain relief à la quantité indiquée, qualifiant ainsi l'importance du nombre et orientant par là même le jugement et l'appréciation du lecteur sur la situation épidémiologique ? Il existe donc à côté des quantificateurs, *a priori* parfaitement transparents, un ensemble de fragments linguistiques qui permettent en somme de préciser le degré d'importance que sont susceptibles de revêtir ces nombres¹⁸. De tels énoncés ne satisfont-ils pas au « potentiel d'imprévisibilité » et au « potentiel de saillance » que Charaudeau définit comme des critères essentiels de l'événementialisation et lie à « la finalité captatrice du contrat d'information » (2005 : 84) ? Ne participent-ils pas de cette « mise en scène hyperbolique du bilan » (Koren, 2009 : 74) ? Il est à noter d'ailleurs que pour Koren, certains des adverbes figurant dans les extraits rapportés ci-dessus contribuent à transformer le bilan en événement saillant : « La mise en intrigue des chiffres [...] passe tout d'abord par le fait que [...] le bilan des victimes est subjectivisé par des adverbes de quantité comme <plus de> ou <au moins> qui impliquent l'argument implicite : *c'est beaucoup* » (2009 : 80). On pourra également rappeler la fonction d'« éclairage » que Moirand assigne à ces mêmes adverbes : « Il semble [...] qu'il s'agit moins ici de communiquer des faits que de donner d'emblée un certain <éclairage> à cette information à travers les marques de la quantification, de l'accompli ou de l'intensif (*plus de, le plus grand, déjà*) » (2006 : 51). Enfin, on fera référence aux travaux sur la perception sociale du risque ayant montré que la « non-familiarité », la « non-contrôlabilité », le « potentiel catastrophique », le « déferlement » et « le débordement » sont des facteurs qui contribuent à maximiser l'aversion sociale à son égard, à rendre le risque psychologiquement insupportable et difficilement tolérable (Slovic, 1987 ; Lefauve et Moatti, 1993 ; Hergon *et al.*, 2004). Or les procédés langagiers dont il s'agit ici ne dénotent-ils pas de telles caractéristiques ? Ainsi, quels effets sont susceptibles de produire en réception de telles mises en forme langagières, notamment pour ce qui est de l'évaluation et de la gestion du risque ? C'est la question à laquelle nous tenterons de répondre désormais de manière empirique.

L'étude expérimentale

L'opérationnalisation des variables indépendantes

- ²⁴ Nous avons élaboré un texte présenté aux sujets comme un compte rendu d'information épidémiologique (prévalence et incidence) rédigé par un certain professeur Dumarchand¹⁹ de l'Institut de santé publique de Paris et publié dans le quotidien *Libération*. Nous y avons manipulé une première variable à deux modalités : une version caractérisée par l'absence d'adverbes dans certains des énoncés (« marquage adverbial atténué ») par rapport à une version caractérisée par la présence de ces adverbes dans ces mêmes énoncés (« marquage adverbial accentué »)²⁰. Un autre objectif de cette expérimentation était de comparer les effets de ce facteur langagier selon que la maladie dont informait le message était connue ou non des sujets, d'où une seconde variable également à deux modalités : une version faisant référence à l'infection à VIH/sida (« maladie connue ») par rapport à une version faisant référence à une maladie nommée « maladie de Schwartz » ou encore « infection à *Paramyxoviridae* » (« maladie méconnue »)²¹.

Tableau 1. Quelques exemples des variations

	Marquage adverbial <i>atténué</i>	Marquage adverbial <i>accentué</i>
Maladie <i>connue</i>	Groupe 1 (n = 24) « Le VIH contamine en France 6 000 nouvelles personnes par an » « Cette année, 3 500 nouveaux cas ont été enregistrés par l'INVS entre janvier et juin »	Groupe 3 (n = 25) « Le VIH contamine en France jusqu'à 6 000 nouvelles personnes par an » « Cette année, déjà 3 500 nouveaux cas ont été enregistrés par l'INVS sur la seule période de janvier à juin »
Maladie <i>méconnue</i>	Groupe 2 (n = 24) « Le <i>Paramyxoviridae</i> contamine en France 6 000 nouvelles personnes par an » « Cette année, 3 500 nouveaux cas ont été enregistrés par l'INVS entre janvier et juin »	Groupe 4 (n = 26) « Le <i>Paramyxoviridae</i> contamine en France jusqu'à 6 000 nouvelles personnes par an » « Cette année, déjà 3 500 nouveaux cas ont été enregistrés par l'INVS sur la seule période de janvier à juin »

L'opérationnalisation des variables dépendantes

- 25 *Le sentiment d'exposition au risque d'infection.* Les sujets devaient indiquer si par rapport à d'autres personnes ayant le même âge, le même statut et la même orientation sexuelle qu'eux-mêmes, le risque qu'ils soient un jour contaminés était « beaucoup plus faible » (1), « plus faible » (2), « le même » (3), « plus grand » (4), « beaucoup plus grand » (5).
- 26 *Les intentions préventives.* Les sujets indiquaient sur une échelle allant de 1 « non, pas du tout » à 7 « oui, tout à fait » leur intention de recourir au préservatif lors du prochain rapport sexuel et celle de réaliser un test de dépistage dans les six prochains mois.
- 27 *La gravité perçue de la situation épidémiologique.* Les sujets devaient classer les différents problèmes de société suivants selon le niveau d'importance ou de priorité qu'ils devaient selon eux recevoir de la part des pouvoirs publics : la sécurité routière, la délinquance, le chômage, l'épidémie de VIH/*Paramyxoviridae*, la pollution, le terrorisme, la propreté urbaine. Ils attribuaient ainsi à chacun de ces éléments un rang allant de 1 « le plus important ou prioritaire » à 7 « le moins important ou prioritaire ». Ils devaient aussi hiérarchiser selon les mêmes considérations et selon le même procédé les cinq types de maladies suivantes : le cancer, les maladies cardiovasculaires, la tuberculose, l'infection à VIH/*Paramyxoviridae*, les maladies liées au tabac.
- 28 *L'attitude en matière de lutte contre l'épidémie.* Les sujets devaient exprimer leur approbation sur une échelle allant de 1 « tout à fait d'accord » à 7 « tout à fait en désaccord » par rapport à trois propositions d'inspiration coercitive (par exemple : « Introduire une mesure de dépistage obligatoire pour toute personne dont on a de bonnes raisons de penser qu'elle est infectée serait une mesure justifiée ») et trois propositions tendant plus vers la tolérance (par exemple : « Toute personne contaminée a le droit de tenir secret son état sérologique »)²².

La population

- 29 Quatre-vingt-dix-neuf sujets âgés de 18 à 22 ans et de sexe masculin ont été répartis aléatoirement dans les 4 conditions expérimentales définies précédemment. Quatre-vingt-dix sujets ont indiqué avoir eu 3 rapports sexuels ou plus dans les 12 derniers mois

et 9 sujets, 2 rapports sexuels, ces rapports étant dits « toujours protégés » par 35,4 % d'entre eux, « occasionnellement protégés » par 50,5 % et « jamais protégés » par 14,1 %, et déclarés avec le ou la « même partenaire » par 73,7 % des sujets. Tous ont déclaré n'avoir pas réalisé de test de dépistage dans les 12 derniers mois et ne pas connaître une personne séropositive ou malade du sida.

- 30 L'étude a été menée en 2008 à l'Institut universitaire de technologie de Rouen dans le cadre d'un cours de culture et communication, dans lequel les étudiants sont parfois amenés à travailler sur des textes d'information et des corpus de presse et à échanger sur des sujets d'actualité. De la sorte, nous avons pu présenter notre travail « expérimental » comme relevant d'un travail de classe habituel. Une fois la connaissance du texte prise sans contrainte de temps, on annonçait aux sujets qu'avant d'en discuter collectivement, chacun devait répondre individuellement à une série de questions. Nous justifions ce questionnaire comme devant nous permettre d'une certaine façon de préparer sérieusement la discussion de la semaine suivante. Nous insistions sur le caractère anonyme du questionnaire et sur la nécessité de répondre le plus sincèrement possible.

Les résultats

- 31 Concernant la comparaison soi/autrui en matière de risque d'infection (tableau 2), un test de comparaison de moyennes (ANOVA) montre qu'en condition de marquage adverbial accentué, les sujets se montrent significativement moins optimistes²³, quel que soit le niveau de connaissance de la maladie²⁴.

Tableau 2. Optimisme comparatif, moyenne (M) et écart-type (σ) en fonction du marquage adverbial et de la connaissance de la maladie

Marquage adverbial <i>atténué</i>	Marquage adverbial <i>accentué</i>		
Maladie connue (infection à VIH/sida)	Maladie méconnue (infection à <i>Paramyxoviridae</i>)	Maladie connue (infection à VIH/sida)	Maladie méconnue (infection à <i>Paramyxoviridae</i>)
Groupe 1 (n = 24)	Groupe 2 (n = 24)	Groupe 3 (n = 25)	Groupe 4 (n = 26)
M = 2,08 σ = 0,93	M = 2,46 σ = 0,88	M = 2,52 σ = 0,82	M = 3,19 σ = 0,94

- 32 Plus la moyenne (M) est élevée, moins l'optimisme comparatif exprimé est important.
- 33 L'intention d'utiliser un préservatif (tableau 3) est plus importante en condition de marquage adverbial accentué²⁵, quel que soit le niveau de connaissance de la maladie²⁶. L'intention de pratiquer un test de dépistage est dans l'ensemble plutôt faible, quelles que soient les conditions expérimentales. L'analyse statistique montre cependant que cette non-disposition au test est significativement moins importante en condition de marquage adverbial accentué²⁷, quel que soit le niveau de connaissance de la maladie²⁸.

Tableau 3. Intentions préventives, moyenne (M) et écart-type (σ) en fonction du marquage adverbial et de la connaissance de la maladie

	Marquage adverbial <i>atténué</i>	Marquage adverbial <i>accentué</i>		
	Maladie <i>méconnue</i> (infection à <i>Paramyxoviridae</i>)	Maladie <i>connue</i> (infection à VIH/sida)	Maladie <i>méconnue</i> (infection à <i>Paramyxoviridae</i>)	
Usage du préservatif	M = 3,96 σ = 1,04	M = 4,50 σ = 1,32	M = 4,64 σ = 1,15	M = 5,31 σ = 1,42
Test de dépistage	M = 2,67 σ = 0,96	M = 2,92 σ = 1,10	M = 3,56 σ = 1,19	M = 3,54 σ = 1,17

- 34 Plus la moyenne (M) est élevée, plus l'intention est grande d'utiliser un préservatif lors du prochain rapport sexuel et de réaliser un test de dépistage dans les six prochains mois.
- 35 Située parmi d'autres problèmes de société (tableau 4, classement 1), la maladie se voit accorder une plus grande importance en condition de marquage adverbial accentué²⁹, quel que soit le niveau de connaissance de la maladie³⁰. Il en est de même (tableau 4, classement 2) lorsqu'elle est située parmi d'autres problèmes de santé publique³¹, une analyse détaillée montrant cependant que c'est surtout le cas lorsqu'il s'agit de l'infection à VIH/sida³².

Tableau 4. Importance perçue de la situation épidémiologique, moyenne (M) et écart-type (σ) en fonction du marquage adverbial et de la connaissance de la maladie

	Marquage adverbial <i>atténué</i>	Marquage adverbial <i>accentué</i>		
	Maladie <i>méconnue</i> (infection à <i>Paramyxoviridae</i>)	Maladie <i>connue</i> (infection à VIH/sida)	Maladie <i>méconnue</i> (infection à <i>Paramyxoviridae</i>)	
Classement 1	M = 4,83 σ = 0,82	M = 4,58 σ = 1,06	M = 3,80 σ = 0,96	M = 3,46 σ = 1,42
Classement 2	M = 1,96 σ = 0,81	M = 2,0 σ = 0,72	M = 1,44 σ = 0,65	M = 1,77 σ = 0,59

- 36 Plus la moyenne (M) est faible, plus l'importance (ou priorité) accordée à la maladie est grande.
- 37 En condition de marquage adverbial accentué (tableau 5.1), les sujets approuvent significativement plus l'introduction d'une mesure de dépistage obligatoire³³, une analyse plus détaillée montrant cependant que c'est surtout le cas lorsqu'il s'agit d'une maladie méconnue³⁴, la création d'un fichier identifiant les personnes nouvellement infectées³⁵, quelle que soit la maladie en question³⁶, et l'instauration d'un contrôle sanitaire aux frontières³⁷, une analyse plus détaillée attestant cependant un niveau d'approbation significativement différent seulement lorsqu'il s'agit de la maladie méconnue³⁸.

Tableau 5.1. Approbation des opinions coercitives, moyenne (M) et écart-type (σ) en fonction du marquage adverbial et de la connaissance de la maladie

	Marquage adverbial <i>atténué</i>	Marquage adverbial <i>accentué</i>		
	Maladie <i>méconnue</i> (infection à <i>Paramyxoviridae</i>)	Maladie <i>connue</i> (infection à VIH/sida)	Maladie <i>méconnue</i> (infection à <i>Paramyxoviridae</i>)	
Mesure de dépistage obligatoire	M = 3,96 σ = 1,12	M = 4,0 σ = 0,98	M = 3,48 σ = 1,19	M = 3,23 σ = 1,14
Création d'un fichier d'identification	M = 4,50 σ = 1,32	M = 4,46 σ = 1,10	M = 3,84 σ = 0,94	M = 3,46 σ = 1,14
Contrôle sanitaire aux frontières	M = 4,42 σ = 0,83	M = 4,33 σ = 0,97	M = 4,16 σ = 0,80	M = 3,69 σ = 1,10

- 38 Plus faible est la moyenne (M), plus grande est l'approbation de la proposition.
- 39 Les sujets informés avec un marquage adverbial accentué (tableau 5.2) consentent moins à ce que la personne contaminée ait le droit au secret de son statut sérologique³⁹, quel que soit le niveau de connaissance de la maladie⁴⁰, et soit la seule à recevoir les résultats du test⁴¹, là encore indépendamment du caractère connu ou méconnu de la maladie⁴². Ils approuvent également moins l'idée qu'une personne à l'origine d'une contamination échappe à toute condamnation lorsqu'elle ignore son statut de porteur du virus, seulement lorsqu'il s'agit de la maladie méconnue⁴³.

Tableau 5.2. Approbation des opinions tolérantes, moyenne (M) et écart-type (σ) en fonction du marquage adverbial et de la connaissance de la maladie

	Marquage adverbial <i>atténué</i>	Marquage adverbial <i>accentué</i>		
	Maladie <i>méconnue</i> (infection à <i>Paramyxoviridae</i>)	Maladie <i>connue</i> (infection à VIH/sida)	Maladie <i>méconnue</i> (infection à <i>Paramyxoviridae</i>)	
Ne pas condamner pour contamination si méconnaissance de sa séropositivité	M = 4,21 σ = 1,06	M = 4,0 σ = 0,66	M = 4,28 σ = 0,46	M = 4,38 σ = 0,70
Avoir droit au secret de sa séropositivité	M = 3,92 σ = 1,44	M = 3,81 σ = 1,35	M = 5,12 σ = 0,66	M = 5,04 σ = 0,99
Résultat du test seulement pour les personnes visées	M = 3,79 σ = 1,25	M = 3,83 σ = 1,52	M = 5,12 σ = 0,66	M = 5,27 σ = 1,31

- 40 Plus faible est la moyenne (M), plus grande est l'approbation de la proposition.

Discussion

- 41 Cette étude montre que l'introduction d'adverbes dans un message informant sur la prévalence et l'incidence d'une infection sexuellement transmissible augmente le

sentiment d'exposition au risque, renforce les intentions préventives, accroît la gravité perçue de la situation épidémiologique. Elle montre également que cette manipulation langagière produit sensiblement les mêmes effets sur ces intentions et perceptions, quelle que soit la connaissance de la maladie en question. Or nous avons proposé plus haut de considérer de tels procédés langagiers comme participant de l'événementialisation et de la visée de captation situées au cœur du contrat d'information médiatique, celle-ci étant à distinguer de la « visée d'information » ou « finalité de *faire savoir* qui devrait tendre vers un degré zéro de mise en spectacle de l'information » (Charaudeau, 1997 : 79). En cela, nous espérons avoir partiellement répondu au vœu de certains auteurs appelant, précisément à propos de la médiatisation de l'infection à VIH/sida, à mener des études sur le problème « des effets du discours de la presse sur ses lecteurs » (Herzlich et Pierret, 1988 : 1111). De même, nous espérons avoir répondu au vœu de certains autres revendiquant l'intérêt d'une approche langagière et de l'analyse du discours dans l'étude des mécanismes de la perception du risque et plus généralement de la prise de décision en matière de prévention : « We are concerned more generally with the claims that can be made for the utility of discourse analysis to the community of risk researchers, and, especially, to practitioners and to engaged persons concerned with the everyday assessment of risks » (Sarangi et Candlin, 2003 : 116). Ces auteurs définissent ainsi un certain nombre de stratégies discursives utilisées par les professionnels dans leur manière d'informer les patients sur les risques auxquels ils s'exposent : « Certain types of risk formulation can aid decision making under uncertainty and ambiguity and can persuade clients to take an active role in the management of post test scenarios » (Sarangi et Candlin, 2003 : 121)⁴⁴.

- 42 En raison de la procédure expérimentale avec laquelle ces effets ont été obtenus, nous serions tentés de dire que ceux-ci sont à mettre en rapport avec les travaux ayant théorisé l'influence des médias de masse en termes de relation causale directe et immédiate, conformément au modèle de la « seringue hypodermique » (Lasswell, 1927). Ce modèle est basé sur l'idée que les informations diffusées par les médias ont mécaniquement pour effet d'accroître ou de modifier les connaissances des récepteurs et, ce faisant, leurs comportements et pratiques. Si influence il y a, elle est avant tout le résultat d'un accès à l'information si bien qu'un récepteur « persuadé » sera un récepteur dont on aura accru le stock de connaissances sur un objet donné. Dès lors et s'agissant des effets ici observés, nous serions amenés à conclure que les stratégies de captation peuvent contribuer efficacement à la prévention des risques en matière de santé publique. Pourtant, nous nous montrerons moins optimistes sur ce point et conclurons plutôt en parlant d'une « efficacité limitée », et ce, en raison des deux considérations suivantes.
- 43 La première fait suite à nos résultats empiriques. En effet, ceux-ci montrent que cette même stratégie langagière oriente les sujets vers une gestion plus coercitive de la situation épidémiologique. Ainsi, d'une certaine manière, ils illustrent les effets pervers que les campagnes médiatiques peuvent parfois produire. En matière de communication en santé publique et en particulier sur l'infection à VIH/sida, de nombreux auteurs ont souligné toute la difficulté que représente la gestion du paradoxe suivant : comment sensibiliser le grand public et lui faire adopter des comportements de prévention tout en ne provoquant pas des réactions discriminatoires à l'égard des personnes infectées (Berrenger *et al.*, 1991 ; Ménard, 1996 ; Peretti-Watel *et al.*, 2008) ? On peut alors se demander si les sujets de notre étude, en particulier ceux ayant traité le message portant

sur l'infection à VIH/sida, n'ont pas jugé dans l'ensemble la situation épidémiologique décrite dans ce message comme une situation « anormale » au vu des nombreuses et larges campagnes de prévention réalisées jusqu'à présent, considérant qu'elle résulte de l'irresponsabilité des personnes nouvellement infectées et réagissant de ce fait par l'attribution d'un blâme (Dressel *et al.*, 1995). Et si tel est le cas, n'est-il pas possible qu'un tel jugement ait été renforcé en condition de marquage adverbial accentué ?

- 44 Ces résultats expérimentaux suffisent-ils à engager, à nouveau, la responsabilité des médias et de leur approche préventive dans l'émergence d'une doxa ambiante marquée par l'inquiétude par rapport au sida ou par l'intolérance à l'égard des victimes (Herzlich et Pierret, 1988 ; Mauriac, 1990 ; Mercier, 1992) ? Par ailleurs, engager la responsabilité des médias revient-il ici à conclure en termes d'incitation de la part de ceux-ci à des réactions d'exclusion et de discrimination ? Il nous semble difficile de répondre par l'affirmative à cette dernière question, simplement parce que le type de presse ciblé dans notre étude ne peut pas être considéré comme une presse à sensation. En tout cas, nos résultats attestent que la presse, par une mise en parole profondément structurante, est probablement en mesure d'exercer un subtil « pouvoir » sur une situation d'équilibre instable marquée par la labilité des opinions et dans laquelle rien n'est définitivement garanti d'un possible basculement progressif vers une gestion plus autoritaire et discriminatoire du « problème sida » et une demande de contrôle social accru à l'égard de la séropositivité. Il n'est peut-être pas inutile de rappeler ici qu'à l'occasion des deux dernières enquêtes réalisées en France par Sida Info Service en 2005 et 2009 sur les discriminations contre les personnes vivant avec le VIH, près de 60 % des personnes interrogées déclaraient avoir été discriminées du fait de leur séropositivité, la plupart des situations de discrimination rapportées datant de moins de quatre ans au moment de l'enquête. Notons par ailleurs que quelques études semblent déjà pointer la responsabilité de ces mêmes médias dans l'émergence de réactions collectives irrationnelles par rapport à des maladies étant apparues plus récemment. Qu'il s'agisse par exemple de la couverture médiatique du syndrome respiratoire aigu grave (Fabre, 2005 ; Washer, 2004 ; Wallis et Nerlich, 2005) ou de celle de la grippe aviaire (Dudo *et al.*, 2007 ; Van del Bulck et Custers, 2009 ; Abeyasinghe et White, 2010), on y retrouve les mêmes orientations.
- 45 La seconde considération est de nature plus théorique et interroge le caractère « consistant » des intentions exprimées par nos participants en matière de prévention. C'est donc à une problématisation des intentions préventives exprimées par les participants à cette étude et non plus à un questionnement sur leur adhésion à une gestion coercitive de la situation épidémiologique que nous consacrerons les développements suivants. Cette idée de « consistance » est à rapprocher de la notion de « force des attitudes » (*attitude strength*) telle qu'elle est définie dans la littérature psychosociale consacrée à la question du changement d'attitude au moyen d'une communication persuasive : « Attitude strength refers to the extent to which attitudes possess various qualities. Among the most important characteristics of strong attitude are that they persist over time, are resistant to countervailing pressures to change, and are predictive of behaviour » (Petty, 1995 : 230), ou encore : « The degree to which an attitude is resistant to change and influences cognition and behavior » (Krosnick et Smith, 1994 : 279). Ainsi, dans le « modèle de la probabilité d'élaboration », il est postulé d'une part que c'est le niveau d'élaboration cognitive du message qui régule cette « force » de l'attitude : « By elaboration [...], we mean the extent to which a person thinks about the issue-relevant arguments contained in a message. [...] When the elaboration

likelihood is high, there should be evidence for the allocation of considerable cognitive resources to the advocacy » (Petty et Cacioppo, 1986a : 128) ; et d'autre part que la probabilité de production d'un comportement dépend précisément de cette prégnance de l'attitude, celle-ci devant posséder une structure suffisamment stable et solide pour pouvoir observer la réalisation du comportement en accord avec celle-ci : « Attitude changes that result mostly from processing issue-relevant arguments (central route) will show greater temporal persistence, greater prediction of behavior and greater resistance to counterpersuasion than attitude changes that result mostly from peripheral cues » (Petty et Cacioppo, 1986a : 175).

- 46 Rappelons que dans notre étude, les intentions préventives les plus fortes ont été observées chez les sujets traitant le message au marquage adverbial accentué. Or, nous avons des raisons de penser que ce sont précisément ces mêmes sujets qui ont « élaboré » dans une moindre mesure le contenu informatif du message. C'est donc plus précisément, et uniquement, sur cette question du niveau d'élaboration cognitive du message⁴⁵ que portera l'argumentaire à venir. En effet, celui-ci consistera à étayer l'hypothèse d'une moindre élaboration cognitive du message lorsque celui-ci présente un marquage adverbial accentué et par conséquent⁴⁶ d'une moindre consistance des intentions préventives exprimées par les sujets exposés à ce message. Nous avancerons que les adverbes manipulés dans cette étude, outre leurs propriétés « informatives/descriptives », ont également des propriétés « argumentatives » et en particulier confèrent aux énoncés qui les portent une certaine « force argumentative » ou encore « orientation argumentative » au sens des auteurs du modèle de l'argumentativité radicale : « La force ou l'orientation argumentative de l'énoncé est la classe de conclusions suggérées au destinataire : celle que l'énoncé présente comme une des visées de l'énonciation » (Anscombe et Ducrot, 1983 : 149). Pour ces mêmes auteurs, l'utilisation discursive de certaines expressions qui ne sont ni marginales ni exceptionnelles est soumise à certaines restrictions dans la mesure où « [d]ès qu'un énoncé les contient, on voit apparaître des contraintes sur le type de conclusions en faveur desquelles il peut être utilisé » (Anscombe et Ducrot, 1976 : 9). Afin d'étayer notre propos, nous pourrions également faire référence à ces quelques lignes dans lesquelles sont énumérées quelques-unes de ces expressions, certaines étant précisément identiques à celles manipulées dans notre étude expérimentale : « Des opérateurs argumentatifs tels *ne...que, peu / un peu, presque / à peine, loin, même*, des connecteurs argumentatifs tels *mais, au moins*, etc., des adjectifs évaluatifs, des verbes et des adverbiaux (*seulement*), etc., confèrent aux énoncés qui les renferment une orientation argumentative » (Tutescu, 2003 : 74). Par ailleurs, toujours selon ce modèle, ces mêmes marques langagières devraient suggérer à l'interlocuteur une certaine procédure interprétative, c'est-à-dire permettre la reconnaissance d'une possible visée argumentative, atteignant de cette façon telle ou telle conclusion : « Ces morphèmes définissent les contraintes pragmatiques qui régissent les enchaînements textuels. [...] Ces <mots du discours> imposent⁴⁷ aux énoncés qu'ils introduisent un comportement inférentiel, leurs significations fonctionnant comme autant d'instructions concernant les stratégies à suivre » (Tutescu, 2003 : 152). On retrouve également cette idée selon laquelle les données morpho-syntaxiques contenues dans un texte conditionnent des instructions de traitement dans la « linguistique instructionnelle » définie par Weinrich :

Le signe linguistique est un segment textuel par lequel l'émetteur induit le récepteur à se comporter d'une certaine façon. [...] D'après cette conception, le signe linguistique est un acte d'instruction dans une situation communicative et la

linguistique qui correspond à cette théorie peut être appelée pragmatique ou plus exactement instructionnelle (1979 : 339).

- 47 En outre et toujours à l'appui de notre hypothèse selon laquelle les sujets ayant traité la version caractérisée par un marquage adverbial accentué sont également ceux qui ont fait montre d'une moindre élaboration cognitive (c'est-à-dire « traitement central » au sens de Petty et Cacioppo, 1986a et 1986 b), nous rappellerons que les réflexions menées dans le champ de la philosophie du langage et dans celui de la pragmatique cognitive ont montré en quoi la réception d'un message consiste avant toute chose à inférer le « vouloir dire du locuteur » (Grice, 1979 ; Levinson, 1983 ; Sperber et Wilson, 1989 ; Sperber, 2000 ; Bracops, 2006). S'est ainsi imposée l'idée que le modèle du code, dans lequel communiquer revient à coder et à décoder des pensées, était insuffisant à décrire le mécanisme de la communication et qu'il fallait ainsi le remplacer ou du moins le compléter par un modèle dit « inférentiel » de la communication, mettant l'accent sur l'aspect intentionnel du langage, et dans lequel « communiquer » revient à produire des indices que le destinataire interprète pour ensuite en inférer des intentions de communication : « Les auditeurs ne s'intéressent au sens de la phrase énoncée que pour en inférer ce que le locuteur veut dire. La communication est réussie non pas lorsque les auditeurs reconnaissent le sens linguistique de l'énoncé mais lorsqu'ils en infèrent le <vouloir dire> du locuteur » (Sperber et Wilson, 1989 : 42). Pour Adam, « [c]omprendre-interpréter un énoncé émis par un locuteur, c'est être capable d'accéder à un ensemble d'hypothèses intentionnelles qui motivent et expliquent l'acte d'émission verbale. Reconstruire [...] la visée d'un texte, c'est effectuer des inférences sur son ou ses intention(s) communicative(s) » (1995 : 39). Cette conception « inférentielle » du sens est également au cœur d'un certain nombre de modèles issus de la littérature plus particulièrement psychosociale consacrée au langage et à la communication interpersonnelle, tel *the intentionalist model* proposé par Krauss et Fussell : « For Intentionalist models, the social construction of meaning is made possible by the inferential rules speakers employ to formulate utterances that convey their communicative intentions, and listeners use to identify those intentions » (1996 : 663) ; ailleurs, ce modèle est rebaptisé *the intentionalist paradigm* : « There is consensus that the words in a sentence and the meanings those words are understood to convey do not bear a fixed relationship — that the communicative use of language requires participants to go beyond the words in extracting the speaker's intended meaning » (Krauss et Chiu, 1997 : 52).
- 48 Rappelons également que les travaux menés en psycholinguistique ont montré que la lecture et la compréhension d'un texte engagent deux types de processus, en l'occurrence un traitement de bas en haut (*bottom-up*) et un traitement de haut en bas (*top-down*), processus activés de manière simultanée et en interaction (Murray et Maliphant, 1982 ; Sprenger-Charolles, 1989). Selon cette perspective interactive, « il y aurait va-et-vient permanent entre des conduites grapho-phoniques de décodage [*bottom-up*] et des opérations conceptuelles et sémantico-contextuelles [*top-down*] » (Chauveau et Rogovas-Chauveau, 1990 : 24). Cela signifie que le sujet, d'une part, définit et construit des unités de significations au fur et à mesure des stimuli-signes qu'il rencontre dans son exploration progressive du texte et, d'autre part, met en œuvre des structures de connaissances beaucoup plus globales qui l'amènent à développer des attentes par rapport au devenir du texte, à prévoir ou à anticiper sa suite⁴⁸ et en particulier à produire des inférences sur sa visée illocutoire, et ce, en utilisant de manière sélective le moins

d'indices possible et les indices les plus productifs en la matière (Adams et Starr, 1982 ; Dehnière et Legros, 1983 ; Smith, 1975).

- 49 Ainsi, telle a dû être, pensons-nous, la nature du traitement en condition de marquage adverbial accentué. Il est en effet raisonnable de penser que ce marquage a amené les sujets récepteurs à élaborer davantage l'intention communicative du message que son contenu strictement informatif/descriptif. Dans cette condition particulière, il est probable que les sujets aient principalement activé des inférences centrées sur l'intention de la source, et ce, très tôt dans leur appréhension de son contenu, puis aient décidé de suspendre ou du moins de réduire l'effort consenti à en traiter le contenu référentiel à mesure que ces inférences sur la visée du message se voyaient progressivement confirmées par la présence subséquente d'éléments langagiers de même nature. Une fois les indices de ce « vouloir dire » recueillis et celui-ci stabilisé (l'assurance que ce vouloir dire est effectivement pertinent dans la situation présente), les sujets se seraient dirigés vers un examen moins minutieux des éléments proprement informatifs du message, autrement dit vers un moindre « traitement central » ou « systématique » de l'information dans les termes des modèles duaux de la persuasion (Petty et Cacioppo, 1986a et 1986 b ; Chaiken, 1980 et 1994).
- 50 Nous ne nierons pas que l'individu puisse se centrer dans une large mesure sur le contenu informatif du message, en analyser les moindres recoins, l'intégrer à ses connaissances préalables et produire des réponses cognitives favorables (ou défavorables) à son contenu sémantique et par conséquent se montrer plus (ou moins) consentant au changement (Greenwald, 1968 ; Perloff et Brock, 1980 ; Petty, 1977 et 1981), mais les approches du langage et de la communication auxquelles nous avons fait référence ci-dessus sont là pour nous rappeler combien cette conception « mécaniciste » du récepteur n'est pas écologiquement viable, préférant respectivement les notions de « co-construction du sens » et d'« inférence » à celle de décodage linguistique :
- Décrire la communication en termes d'intentions et d'inférences semble approprié d'un point de vue psychologique. L'attribution d'intentions à autrui est une caractéristique de la cognition et de l'interaction humaine [...]. Que la communication exploite cette capacité des humains à s'attribuer mutuellement des intentions est une idée qui devrait être bien comprise, et même appréciée, par les psychologues cognitifs et les psychologues sociaux (Sperber et Wilson, 1989 : 42).
- 51 Le traitement « central » des messages persuasifs étant « probablement un processus sous contrôle du sujet en ce sens qu'il requiert son attention, et des efforts soutenus pour traiter le maximum d'information » (Bromberg, 1990 : 261), il nous semble qu'il ne peut être activé que dans certaines situations ou conditions particulières, ce qui revient à dire que la plupart du temps, le traitement devrait être, en première intention, de nature plus superficielle conformément au principe d'« économie cognitive » auquel il est fait référence dans le modèle du traitement heuristique ou systématique de l'information (Chaiken, 1987 ; Chen et Chaiken, 1999) :
- Reflecting widespread notions of perceivers as limited in cognitive resources and thus as « economy-minded » information processors, the heuristic-systematic model assumes that perceivers are guided in part by a « principle of least effort ». That is, in the interest of economy, heuristic processing often predominates over relatively more effortful systematic processing (Chen et Chaiken, 1999 : 74).
- 52 Ainsi, pour ce qui est de notre étude, nous pensons que la présence d'un marquage adverbial accentué dans le message n'a fait qu'encourager ou favoriser cette tendance à l'économie cognitive en matière de traitement de l'information. Est-ce à dire, plus

généralement, que le discours d'information médiatique est voué à un traitement de nature plus « heuristique » que « systématique » ? Que le discours d'information médiatique se joue également de la tendance supposée de la « cible grand nombre » à fonctionner par heuristiques et raccourcis approximatifs ? Cette même cible n'est-elle vouée qu'à se soumettre à des interprétations dominantes et hégémoniques, celles-là mêmes qu'il s'agit de promouvoir et de mettre à l'ordre, sans jamais que lui soit donnée la possibilité de mettre en place d'autres lectures de l'information ou du moins des lectures « élaborées » ? Si, comme l'affirme Charaudeau, « [u]n média (presse, radio, télévision) qui ne satisferait qu'à la rigueur sobre et ascétique du faire savoir serait condamné à disparaître » (2005 : 75), alors il est raisonnable de penser que ce discours satisfait à un principe d'économie cognitive.

- 53 Ainsi, qu'il s'agisse des effets attestés sur les attitudes et opinions en matière de lutte contre l'épidémie ou bien des effets supposés sur le niveau d'élaboration cognitive du message et par conséquent sur la consistance des intentions préventives exprimées, cette réserve que nous nous proposons d'émettre quant à l'efficacité des stratégies de captation n'est pas sans lien avec les travaux ayant relativisé la thèse selon laquelle les médias de masse ne puissent avoir que des effets directs et massifs. Au cœur de ces travaux, on trouve l'idée que le récepteur est une instance active qui dispose d'une certaine liberté et d'une autonomie interprétative, la « réception » étant alors le moment où le sens d'un texte est constitué par les membres d'un public. Ainsi, pour Dayan, « ce qui peut être doté d'effets, ce n'est pas le texte conçu, ou le texte produit, ou le texte diffusé, mais le texte effectivement reçu » (1992 : 151) et pour Hall, « il n'y a pas de correspondance entre le codage et le décodage, le premier peut tenter de <faire prévaloir>, mais ne peut prescrire ou garantir le second, qui possède ses propres conditions d'existence » (1994 : 36), idée également défendue dans le « modèle texte-lecteur » proposé par Livingstone (1989). Et il nous semble que Charaudeau partage exactement la même thèse lorsque, abordant la question des effets du discours d'information médiatique, il écrit :

Il est un point de vue naïf concernant l'information [...] en raison du modèle de communication sociale qui la sous-tend. [...] Le récepteur est donné implicitement comme capable d'enregistrer et de décoder « naturellement » l'information qui lui est transmise, sans que soit posé le problème de l'interprétation de celle-ci, ni de l'effet produit sur le récepteur (savoir par exemple si celui-ci coïncide avec l'effet visé par l'instance d'information). [...] On a affaire ici à un modèle qui définit la communication comme un circuit fermé entre émission et réception [...] modèle parfaitement homogène, objectif car éliminant tout effet pervers de l'intersubjectivité constitutive des échanges humains (2005 : 24-25).

- 54 Enfin, et s'agissant d'introduire des considérations de nature plus « éthique », il nous semble que de tels procédés langagiers illustrent également une manipulation des consciences. En effet, dans les imaginaires sociaux, les données chiffrées sont perçues comme des signes de neutralité et de sérieux, tout énoncé chiffré se rapprochant, au regard de la « doxa objectiviste », d'un degré zéro de mise en spectacle de l'information (Charaudeau, 2005 ; Koren, 2009). Or, en fonction des procédés interrogés ici, convenons de dire que derrière la façade des chiffres et leurs prétendues vertus objectivantes se dissimulent des prises de position et que la prétendue « objectivité » de l'information chiffrée se retrouve en réalité dissoute dans une violence proprement idéologique de la quantification. Par ces procédés, le scripteur médiatique confère de la valeur et de l'utilité à son information, autrement dit de l'« informativité », et construit par la même occasion sa légitimité à « informer ». En effet, de même qu'information rime avec

actualité, nouveauté et imprévisibilité, est « informateur » celui qui se pose en « révélateur », et la révélation a également ses formes langagières.

- 55 Certes, un même fait épidémiologique (« brut »), tel que présentement une donnée sur l'incidence de l'infection à VIH, peut être restitué en ne sacrifiant rien aux principes d'austérité rationalisante et de sérieux inhérents à la visée d'information. Néanmoins, la visée de captation exigeant une mise en spectacle du factuel, il est aisé de comprendre le véritable enjeu de ces énoncés médiatiques, ceux-là mêmes que nous avons circonscrits dans notre étude de corpus et dont nous avons expérimenté les effets. C'est ainsi que par ses choix, choix d'inscrire (ou non) une orientation argumentative dans les énoncés par lesquels il « informe » des faits d'épidémiologie, choix de situer dans l'espace-temps ces faits d'épidémiologie, le scripteur médiatique peut finalement transmettre différentes estimations « objectives ». On pourra toujours dire qu'énoncer « *Déjà X nouvelles contaminations par jour* », ou encore « *X nouvelles contaminations sur les seuls trois derniers mois* », ou bien encore « *X nouveaux cas d'infection seulement en Île-de-France* » est une restitution objective et fidèle au réel, toujours est-il que ces énoncés relèvent avant tout d'une décision de l'instance médiatique de (re)présenter et de cadrer le réel d'une certaine manière. Et quand bien même on ne plaiderait pas pour « l'impossible transparence » du discours d'information médiatique ou pour son « impossible innocence » (Charaudeau, 2005 : 28), force est de constater, au vu des résultats expérimentaux produits dans cette étude, que ces choix ne sont pas sans conséquence sur les attitudes et les réactions des sujets destinataires.
- 56 Peut-être alors que captation et prévention font bon ménage, mais convenons de dire aussi, en dernier lieu et sur la base des considérations échafaudées ci-dessus, qu'elles peuvent également entretenir des « relations dangereuses ».

BIBLIOGRAPHIE

ABEYSINGHE, Sudeepa et Kevin WHITE (2010), « Framing disease: The avian influenza pandemic in Australia », *Health Sociology Review*, 19(3), p. 369-381.

ACHACHE, Gilles (1991), « Le marketing politique », *Hermès*, 4, p. 103-112.

ADAM, Jean-Michel (1995), « Pragmatique linguistique du texte écrit » dans Pierre BÜHLER et Clairette KARAKASH (dir.), *Quand interpréter, c'est changer. Pragmatique et lectures de la parole*, Genève, Labor/Fides, p. 33-54.

ADAMS, Marylin Jager et Brenda J. STARR (1982), « Les modèles de lecture », *Bulletin de psychologie*, XXXV(356), p. 695-704.

AF WAHLBERG, Anders et Lennart SJÖBERG (2000), « Risk perception and the media », *Journal of Risk Research*, 3, p. 31-50.

ANSCOMBRE, Jean-Claude et Oswald DUCROT (1976), « L'argumentation dans la langue », *Langages*, 42, p. 5-27.

- ANSCOMBRE, Jean-Claude et Oswald DUCROT (1983), *L'argumentation dans la langue*, Bruxelles, Mardaga, Coll. « Philosophie et langage ».
- BELTZER, Nathalie et al. (2005), *Les connaissances, attitudes, croyances et comportements face au VIH/SIDA en France. Évolutions 1992-1994-1998-2001-2004*, ORS Île-de-France.
- BENOIT, Denis (2004), « Le constructivisme en communication : une évidence à revisiter », *Questions de communication*, 5, p. 185-202.
- BERGER, Peter L. et Thomas LUCKMANN (1967), *The Social Construction of Reality. A Treatise in the Sociology of Knowledge*, Garden City, New York, Anchor Books.
- BERRENGER, Joy L. et al. (1991), « Blaming the victim: When disease-prevention program misfire », *Current Psychology: Research and Reviews*, 9(4), p. 415-420.
- BERTRAND, Jane T. et al. (2006), « Systematic review of the effectiveness of mass communication programs to change HIV/AIDS-related behaviors in developing countries », *Health Education Research*, 21, p. 567-597.
- BLAKAR, Rolv M. (1979), « Language as a means of social power » dans Ragnar ROMMETVEIT et Rolv M. BLAKAR (dir.), *Studies of Language, Thought and Communication*, London, Academic Press, p. 104-145.
- BOURDIEU, Pierre (1996), *Sur la télévision*, Paris, Raisons d'agir.
- BRACOPS, Martine (2006), *Introduction à la pragmatique. Les théories fondatrices : actes de langage, pragmatique cognitive, pragmatique intégrée*, Bruxelles, De Boeck.
- BRETON, Philippe (1997/2000), *La parole manipulée*, Paris, La Découverte.
- BROMBERG, Marcel (1990), « La communication : le <pourquoi> » dans Rodolphe GHIGLIONE et al. (dir.), *Traité de psychologie cognitive*, vol. 3, Paris, Dunod, p. 227-274.
- CAMUS, Odile (1999), « Les interactions langagières » dans Jean-Pierre PÉTARD (dir.), *Psychologie sociale*, Paris, Bréal, p. 259-316.
- CAMUS, Odile et Patrice GEORGET (2003), « Analyse des discours médiatiques » dans Christine BONARDI et al. (dir.), *Psychologie sociale appliquée. Économie, médias et nouvelles technologies*, Paris, In Press Éditions, p. 233-252.
- CHAIKEN, Shelly (1980), « Heuristic versus systematic information processing and the use of source versus message cues in persuasion », *Journal of Personality and Social Psychology*, 25, p. 268-275.
- CHAIKEN, Shelly (1987), « The heuristic model of persuasion » dans M.-P. ZANNA et al. (dir.), *Social Influence: the Ontario Symposium*, vol. 5, Hillsdale, NJ, Erlbaum, p. 3-39.
- CHAIKEN, Shelly (1994), « Les traitements heuristique et systématique de l'information » dans Vincent YZERBIT et Olivier CORNEILLE (dir.), *La persuasion*, Neuchâtel, Delachaux et Niestlé, p. 211-246.
- CHAMPAGNE, Patrick (1991), « La construction médiatique des <malaises sociaux> », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 90, p. 64-75.
- CHARAUDEAU, Patrick (1992), *Grammaire du sens et de l'expression*, Paris, Hachette éducation.
- CHARAUDEAU, Patrick (1994), « Le contrat de communication de l'information médiatique », *Le français dans le monde. Médias, faits et effets*, numéro spécial, p. 8-19.
- CHARAUDEAU, Patrick (1997), *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social*, Paris, Nathan.

- CHARAUDEAU, Patrick (2005), *Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours*, Bruxelles, De Boeck Université.
- CHARAUDEAU, Patrick (2006), « Réplique : quelle vérité pour les médias ? Quelle vérité pour le chercheur ? », *Questions de communication*, 9, p. 181-194.
- CHARRON, Jean et al. (1991), *Les journalistes, les médias et leurs sources*, Boucherville, Gaëtan Morin éditeur.
- CHAUVEAU, Gérard et Eliane ROGOVAS-CHAUVEAU (1990), « Les processus interactifs dans le savoir-lire de base », *Revue française de pédagogie*, 90, p. 23-30.
- CHEN, Serena et Shelly CHAIKEN (1999), « The heuristic-systematic model in its broader context » dans Shelly CHAIKEN et Yaacov TROPE (dir.), *Dual-Process Theories in Social Psychology*, New York, Guilford Press, p. 73-96.
- DE COCK, Kevin M. et Anne M. JOHNSON (1998), « From exceptionalism to normalisation: A reappraisal of attitudes and practice around Hiv testing », *British Medical Journal*, 316, p. 290-293.
- COMBS, Barbara et Peter SLOVIC (1979), « Newspaper coverage of causes of death », *Journalism Quarterly*, 56, p. 837-843.
- DAYAN, Daniel (1992), « Les mystères de la réception », *Le Débat*, 71, p. 146-162.
- DELAMOTTE-LEGRAND, Régine (1999), « Les morales langagières. Entretien avec Bernard Gardin » dans Régine DELAMOTTE-LEGRAND et Claude CAITUCOLI (dir.), *Morales langagières. Autour de propositions de recherches de Bernard Gardin*, publications des universités de Rouen et du Havre, p. 27-38.
- DELFORCE, Bernard (1996), « La responsabilité sociale du journaliste : donner du sens », *Les Cahiers du journalisme*, 2, p. 16-32.
- DELFORCE, Bernard (2004), « Le constructivisme : une approche pertinente du journalisme », *Questions de communication*, 6, p. 111-134.
- DENHIÈRE, Guy et Denis LEGROS (1983), « Comprendre un texte : Construire quoi ? Avec quoi ? Comment ? » *Revue française de pédagogie*, 65, p. 19-29.
- DERVILLE, Grégory (1997/2005), *Le pouvoir des médias. Mythes et réalités*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.
- DERVILLE, Grégory (1999), « Le journaliste et ses contraintes », *Les Cahiers du journalisme*, 6, p. 152-177.
- DRESSEL, Paula L. et al. (1995), « Second-order victim-blaming », *Journal of Sociology and Social Welfare*, 22(2), p. 107-123.
- DUDO, Anthony et al. (2007), « Reporting a potential pandemic. A risk-related assessment of avian influenza coverage in U.S. newspaper », *Science communication*, 28(4), 429-454.
- FABRE, Gérard (2005), « La peur et le déni en temps d'épidémie. L'exemple du traitement médiatique du SRAS », *Revue sociologie santé*, 22, p. 76-99.
- FAVIER, René et Anne-Marie GRANET-ABISSET (dir.) (2005), *Récits et représentations des catastrophes depuis l'Antiquité*, Grenoble, Publications de la MSH-Alpes.
- FREUND, Andreas (1991), *Journalisme et mésinformation*, Grenoble, La Pensée sauvage.
- GARDIN, Bernard (1999), « Les morales langagières », *Le français dans le monde*, numéro spécial, juillet, p. 58-67.

- GAUTHIER, Gilles (2003), « Critique du constructivisme en communication », *Questions de communication*, 3, p. 185-198.
- GAUTHIER, Gilles (2004a), « La vérité : visée obligée du journalisme », *Les Cahiers du journalisme*, 13, p. 164-179.
- GAUTHIER, Gilles (2004b), « Journalisme et réalité : l'argument constructiviste », *Communication et langages*, 139, p. 17-25.
- GAUTHIER, Gilles (2005), « Le constructivisme. Un point de vue intenable sur le journalisme », *Questions de communication*, 7, p. 121-145.
- GOODMAN, Kenneth S. (1967), « Reading: A psycholinguistic guessing game », *Journal of the Reading Specialist*, 6(4), p. 126-135.
- GOODMAN, Kenneth S. (1976), « Reading: A psycholinguistic guessing game » dans Harry SINGER et Robert RUDELL (dir.), *Theoretical Models and Processes of Reading*, Newark, Delaware, International Reading Association, p. 497-508.
- GREENWALD, Anthony G. (1968), « Cognitive learning, cognitive responses to persuasion, and attitude change » dans Anthony G. GREENWALD et al. (dir.), *Psychological Foundations of Attitudes*, New York, Academic Press, p. 147-170.
- GRICE, Herbert P. (1979), « Logique et conversation », *Communications*, 30, p. 57-72.
- HALL, Stewart (1994), « Codage/Décodage », *Réseaux*, 68, 29-39.
- HAZAN, Eric (2006), *LQR. La propagande du quotidien*, Paris, Raisons d'agir.
- HERGON, Eric et al. (2004), « Les facteurs de perception et d'acceptabilité du risque », *Transfusion clinique et biologique*, 11(3), p. 130-137.
- HERZLICH, Claudine (2002), « Vingt ans après... l'évolution d'une épidémie », *Études*, 396, p. 185-196.
- HERZLICH, Claudine et Jeannine PIERRET (1988), « Une maladie dans l'espace public. Le sida dans six quotidiens français », *Annales ESC*, 5, p. 1109-1134.
- HERZLICH, Claudine et Jeannine PIERRET (1999), « La construction d'un phénomène social : le sida dans la presse française », *Revue européenne des sciences sociales*, 37(114), p. 217-232.
- IYENGAR, Shanto et Donald R. KINDER (dir.) (1987), *News that Matters: Television and American Opinion*, Chicago, University of Chicago Press.
- JAMET, Claude et Anne-Marie JEANNET (dir.) (1999), *La mise en scène de l'information*, Paris, L'Harmattan.
- JOHNSON, Branden B. et Vincent T. COVELLO (1987), « Agenda-setting, group conflict, and the social construction of risk » dans Branden B. JOHNSON et Vincent T. COVELLO (dir.), *The Social and Cultural Construction of Risk*, Dordrecht, D. Reidel Publishing, p. 179-181.
- KARPOWICZ-LAZREG, Cécilia et Etienne MULLET (1993), « Societal risk as seen by French public », *Risk Analysis*, 13, p. 253-258.
- KINDER, Donald R. et David O. SEARS (1985), « Public opinion and political action » dans Gardner LINDZEY et Elliot ARONSON (dir.), *Handbook of Social Psychology*, Reading Mass, Addison-Wesley, p. 659-741.
- KINTSCH, Walter (1982), « Aspects de la compréhension de textes », *Bulletin de psychologie*, numéro spécial, XXXV, p. 777-787.

- KOREN, Roselyne (1996), *Les enjeux éthiques de l'écriture de presse*, Paris, L'Harmattan.
- KOREN, Roselyne (2004), « Sur la critique du constructivisme en communication », *Questions de communication*, 5, p. 203-211.
- KOREN, Roselyne (2009), « Le récit des chiffres : enjeux argumentatifs de la <narrativisation> des chiffres dans un corpus de presse contemporaine », *A contrario*, 12, p. 66-84.
- KRAUSS, Robert M. et Susan R. FUSSELL (1996), « Social psychological models of interpersonal communication » dans Edward T. HIGGINS et Arie W. KRUGLANSKI (dir.), *Social Psychology: A Handbook of Basic Principles*, New York, Guilford Press, p. 655-701.
- KRAUSS, Robert M. et Chi-Yue CHIU (1997), « Language and social behaviour » dans Daniel T. GILBERT *et al.* (dir.), *Handbook of Social Psychology*, vol. 2, Boston, McGraw-Hill, p. 41-88.
- KROSINICK, Jon A. et Wendy R. SMITH (1994), « Attitude strength » dans Vilayanur S. RAMACHANDRAN (dir.), *Encyclopedia of Human Behavior*, vol. 1, San Diego CA, Academic Press, p. 279-289.
- LASSWELL, Harold (1927), *Propaganda Techniques in the World War*, New York, Peter Smith.
- LEFAURE, Christian et Jean-Paul MOATTI (1993), « Les ambiguïtés de l'acceptable. Perception des risques et controverses sur les technologies », *CEPN*, p. 11-25.
- LEVINSON, Stephen C. (1983), *Pragmatics*, Cambridge, Cambridge University Press.
- LIVINGSTONE, Sonia (1989), « The text-reader model of the television audience », communication présentée au colloque *Public et réception*, Paris, Centre Georges Pompidou.
- MANDELBAUM, David G. (dir.) (1951), *Selected Writings of Edward Sapir in Language, Culture and Personality*, Berkeley, University of California Press.
- MASSERAN, Anne (1990), « La mise en scène médiatique du sida. De la peur au fatalisme », *SIDA* 90, 13, p. 40-43.
- MAURIAC, Nicolas (1990), *Le mal entendu. Le sida et les médias*, Paris, Plon.
- MC.COMBS, Maxwell et Donald SHAW (1972), « The agenda-setting function of mass-media », *Public Opinion Quarterly*, 36, p. 176-187.
- MENARD, Colette (1996), « La double contrainte de la communication publique sur le sida », *La Santé de l'homme*, 326, p. 18-24.
- MERCIER, Arnaud (1992), « Les médias comme espace scénique. Information sur le sida et émergence dans le champ politique » dans Pierre FAVRE (dir.), *Sida et politique, les premiers affrontements (1981-1987)*, Paris, L'Harmattan, p. 109-126.
- MOIRAND, Sophie (2006), « Responsabilité et énonciation dans la presse quotidienne : questionnements sur les observables et les catégories d'analyse », *Semen*, 22, p. 45-59.
- MOIRAND, Sophie (2007), *Les discours de la presse quotidienne. Observer, analyser, comprendre*, Paris, Presses universitaires de France, Coll. « Linguistique nouvelle ».
- MOIRAND, Sophie et Rémy PORQUIER (2008), « De l'éthique de la nomination à l'éthique de l'interprétation : autour du mot <otage> et de quelques autres » dans Régine DELAMOTTE-LEGRAND et Claude CAITUCOLI (dir.), *Morales langagières. Autour de propositions de recherches de Bernard Gardin*, publications des universités de Rouen et du Havre, p. 139-154.
- MOURIQUAND, Jacques (1997), *L'écriture journalistique*, Paris, Presses universitaires de France, Coll. « Que sais-je ? ».

- MURRAY, Linda A. et Rodney MALIPHANT (1982), « Developmental aspects of the use of linguistic and graphemic informations during reading », *British Journal of Educational Psychology*, 52(2), p. 155-169.
- MYRHE, Sonja L. et June A. FLORA (2000), « HIV/AIDS communication campaigns: Progress and prospects », *Journal of Health Communication*, 5, p. 29-45.
- NETO, Felix *et al.* (2006), « Perception des risques et couverture médiatique » dans Dongo Rémi KOUABENAN *et al.* (dir.), *Psychologie du risque. Identifier, évaluer, prévenir*, Bruxelles, De Boeck Université, p. 85-97.
- NOAR, Seth M. *et al.* (2009), « A 10-year systematic review of HIV/AIDS mass communication campaigns: Have we made progress? », *Journal of Health Communication*, 14(1), p. 15-42.
- PALMGREEN, Philip *et al.* (2008), « Mass media campaigns as a tool for HIV prevention » dans Timothy EDGAR *et al.* (dir.), *Communication Perspectives on HIV/AIDS for the 21st Century*, Mahwah, NJ, Erlbaum, p. 221-252.
- PERETTI-WATEL, Patrick *et al.* (2008), « Un risque, ça va ! Trois risques, bonjour les dégâts. Les difficultés de l'éducation pour la santé à prévenir des risques comportementaux multiples », *Promotion & éducation*, 15(1), p. 40-45.
- PERLOFF, Richard M. et Timothy C. BROCK (1980), « <An thinking makes it so>: Cognitive responses to persuasion » dans Michael E. ROLOFF et Gerard R. MILLER (dir.), *Persuasion: New Directions in Theory and Research*, Beverly Hills, Sage, p. 67-99.
- PETTY, Richard E. (1977), « The importance of cognitive responses in persuasion », *Advances in Consumer Research*, 4, p. 357-362.
- PETTY, Richard E. (1981), « The role of cognitive responses in attitude change processes » dans Richard E. PETTY *et al.* (dir.), *Cognitive Responses in Persuasion*, Hillsdale, NJ, Erlbaum, p. 135-139.
- PETTY, Richard E. (1995), « Attitude change » dans Abraham TESSER (dir.), *Advanced Social Psychology*, New York, McGraw Hill, p. 195-255.
- PETTY, Richard E. et John T. CACIOPPO (1986a), « The elaboration likelihood model of persuasion » dans Leonard BERKOWITZ (dir.), *Advances in Experimental Social Psychology*, vol. 19, Orlando, FL, Academic Press, p. 123-205.
- PETTY, Richard E. et John T. CACIOPPO (1986b), *Communication and Persuasion : Central and Peripheral Routes to Attitude Change*, New York, Springer Verlag.
- PIALOUX, Gilles (1997), « Presse grand public : obstacle ou relais de santé publique » dans les actes du colloque *Médias et SIDA : l'information entre paradoxes et malentendus*, Paris, Fondation Marcel Mérier, p. 65-76.
- RICE, Ronald E. et Charles ATKIN (2002), « Communication campaigns: Theory, design, implementation and evaluation » dans Jennings BRYANT et Dolf ZILLMANN (dir.), *Media Effects: Advances in Theory and Research*, Hillsdale, NJ, Erlbaum, p. 427-452.
- ROTH, Joseph (2001), « Pour en finir avec la <nouvelle objectivité> », *Communications*, 71, p. 51-61.
- SALMON, Charles et Charles ATKIN (2003), « Media campaigns for health promotion » dans A. DORSEY *et al.* (dir.), *Handbook of Health Communication*, Hillsdale, NJ, Erlbaum, p. 449-472.
- SANDMAN, Peter (1997), « Mass media and environmental risk: seven principles » dans Roger BATE (dir.), *What Risk? Science, Politics and Public Health*, Oxford, Butterworth-Heinemann, p. 275-284.

- SARANGI, Srikant et Christopher N. CANDLER (2003), « Categorization and explanation of risk: A discourse analytical perspective », *Health, Risk and Society*, 5(2), p. 115-124.
- SARANGI, Srikant et Angus CLARKE (2002), « Constructing an account by contrast in counselling for childhood genetic testing », *Social Science & Medicine*, 54, 295-308.
- SARANGI, Srikant *et al.* (2003), « Relatively speaking: relativization of genetic risk in counselling for predictive testing », *Health, Risk and Society*, 5(2), p. 155-170.
- SEARLE, John R. (1995), *The Construction of Social Reality*, New York, Free Press.
- SETBON, Michel (2000), « La normalisation paradoxale du sida », *Revue française de sociologie*, 40(1), p. 61-78.
- SIBLOT, Paul (2004), « L'entremise des mots ou la force des frappes idéologiques » dans Régine DELAMOTTE-LEGRAND (dir.), *Les médiations langagières, des discours aux acteurs sociaux*, Rouen, Publications de l'Université de Rouen, p. 33-47.
- SICARD, Marie-Noële (1998), *Entre médias et crises technologiques. Les enjeux communicationnels*, Paris, Presses universitaires du Septentrion.
- SLOVIC, Peter (1987), « Perception of risk », *Science*, 36, p. 280-285.
- SMITH, Frank (1975), « The role of prediction in reading », *Elementary English*, 52(3), p. 305-311.
- SPERBER, Dan (2000), « La communication et le sens » dans Yves MICHAUD (dir.), *Qu'est-ce que l'humain ? Université de tous les savoirs*, vol. 2, Paris, Odile Jacob, p. 119-128.
- SPERBER, Dan et Deirdre WILSON (1989), *La pertinence. Communication et cognition*, Paris, Minuit.
- SPRENGER-CHAROLLES, Liliane (1989), « L'apprentissage de la lecture et ses difficultés : approche psycho-linguistique », *Revue française de pédagogie*, 87, p. 77-106.
- STRAZZULA, Jérôme (1993), *Le sida, 1981-1985, les débuts d'une pandémie*, Paris, La Documentation française.
- TUTESCU, Mariana (2005), *L'argumentation. Introduction à l'étude du discours*, Bucarest, Editura Universitatii din Bucuresti.
- VAN DEL BULCK, Jan et Kathleen CUSTERS (2009), « Television exposure is related to fear of avian flu, an ecological study across 23 member states of the European Union », *European Journal of Public Health*, 19(4), p. 370-374.
- VERON, Eliseo (1981), *Construire l'événement*, Paris, Minuit.
- WALLIS, Patrick et Brigitte NERLICH (2005), « Disease metaphors in new epidemics. The UK media framing of the 2003 SARS epidemic », *Social Science and Medicine*, 60(11), p. 2629-2639.
- WASHER, Peter (2004), « Representations of SARS in the British newspapers », *Social Science and Medicine*, 59(12), p. 2561-2571.
- WEINRICH, Harald (1979), « Les temps et les personnes », *Poétique*, 39, p. 338-352.
- WHORF, Benjamin Lee (1956), *Linguistique et anthropologie*, Paris, Denoël/Gonthier.

ANNEXES

Annexe I – Texte administré au groupe expérimental 1 (marquage atténué/maladie connue)⁴⁹

« Selon les statistiques établies par l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS), le VIH entraîne 4,9 millions de nouvelles contaminations par an. Par ailleurs, le SIDA c'est 3,1 millions de malades qui décèdent chaque année. Depuis le début 2002, le VIH contamine en France 6 000 nouvelles personnes par an. La tendance se confirme. 3 500 nouveaux cas ont été enregistrés en France par l'Institut National de Veille Sanitaire (INVS) entre janvier et juin 2006 et on s'attend à un nombre sensiblement identique pour les six mois à venir. Si les pronostics établis par l'INVS s'avèrent justes, le VIH aura fait environ 7 000 nouvelles victimes pour l'année 2006. En considérant les estimations concernant les DOM-TOM (Guadeloupe, Martinique, Guyane, La Réunion), soit 500 nouveaux cas attendus, ce nombre est supérieur à 7 000. Les groupes à risque sont une nouvelle fois concernés. Les rapports hétérosexuels représentent 64 % des nouvelles contaminations, soit environ 4 550 cas. On estime que les rapports homosexuels représentent 35 % des nouvelles contaminations survenues en 2006, les prostituées en représentent 15 %⁵⁰, soit environ 1 050 cas et les usagers de drogue par voie intraveineuse, 6 %. Les femmes payent un lourd tribut. Elles représentent 55 % de ces nouveaux cas de contaminations. Autrement dit, environ 2 500 d'entre elles seront nouvellement contaminées pour l'année 2006, 56 % étant de nationalité d'un pays d'Afrique subsaharienne (Cameroun, Côte d'Ivoire, Congo, etc.). En province, l'augmentation du nombre d'infections à VIH en 2006 concerne en premier lieu les hétérosexuels de moins de 30 ans. Entre janvier et juin 2006, on enregistre dans cette catégorie une augmentation de 18,5 % du nombre de nouvelles infections par rapport à la même période en 2005. Ce nombre atteint probablement 21 % si l'on tient compte des cas non encore déclarés. On arrivera bientôt pour cette catégorie d'âge à environ 1 600 nouvelles contaminations par an. En région PACA (Provence-Alpes-Côte d'Azur), on dénombre chez les hétérosexuels de moins de 30 ans entre janvier et juin 2006 environ 10 contaminations par jour et l'infection à VIH y est cette année la 4^e cause de maladie sexuellement transmissible dans cette catégorie particulière de la population. »

Annexe II – Texte administré au groupe expérimental 3 (Marquage accentué/maladie connue)⁵¹

« Selon les statistiques établies par l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS), le VIH entraîne presque 5 millions de nouvelles contaminations par an. Par ailleurs, le SIDA ce n'est pas moins de 3 millions de malades qui décèdent chaque année. Depuis le début 2002, le VIH contamine en France jusqu'à 6 000 nouvelles personnes par an. La tendance se confirme. Déjà 3 500 nouveaux cas ont été enregistrés en France par l'Institut National de Veille Sanitaire (INVS) sur la seule période de janvier à juin 2006 et on s'attend à un nombre sensiblement identique pour les six mois à venir. Si les pronostics établis par l'INVS s'avèrent justes, le VIH aura fait environ 7 000 nouvelles victimes pour l'année 2006 et même au-delà de 7 000 en considérant les DOM-TOM (Guadeloupe, Martinique, Guyane, La Réunion), où l'on attend 500 nouveaux cas. Les groupes à risque sont une nouvelle fois concernés. Les rapports hétérosexuels représentent 64 % des nouvelles contaminations, soit environ 4 550 cas. On estime que les rapports homosexuels représentent encore pas moins de 35 % des nouvelles contaminations survenues en 2006, les prostituées en représentent 15 %, soit déjà un peu plus de 1 000 cas et les usagers de drogue par voie intraveineuse, 6 %. Les femmes payent un lourd tribut. Elles représentent 55 % de ces nouveaux cas de contaminations. Autrement dit, plus de 2 000 d'entre elles seront nouvellement contaminées pour l'année 2006, 56 % étant de nationalité d'un pays d'Afrique subsaharienne (Cameroun, Côte d'Ivoire, Congo, etc.). En province,

l'augmentation du nombre d'infections à VIH en 2006 concerne en premier lieu les hétérosexuels de moins de 30 ans. Entre janvier et juin 2006, on enregistre dans cette catégorie une augmentation de 18,5 % du nombre de nouvelles infections par rapport à la même période en 2005 et même probablement plus de 20 % si l'on tient compte des cas non encore déclarés. On arrivera bientôt pour cette catégorie d'âge à environ 1 600 nouvelles contaminations par an. En région PACA (Provence-Alpes-Côte d'Azur), on dénombre chez les hétérosexuels de moins de 30 ans entre janvier et juin 2006 environ 10 contaminations par jour et l'infection à VIH y est cette année la 4^e cause de maladie sexuellement transmissible dans cette catégorie particulière de la population. »

NOTES

1. La ministre de la Santé en France a présenté fin octobre 2010 un plan national de lutte contre le VIH/sida pour la période 2010-2014.
2. Maladies infectieuses, phénomènes climatiques, phénomènes sismiques, etc.
3. Les travaux auxquels nous faisons référence ici concernent les médias que l'on peut qualifier de « traditionnels » si bien que les propositions qui s'ensuivent sont probablement à relativiser, s'agissant des modèles éditoriaux participatifs.
4. On retiendra que Veron parle également de « représentations sociales de l'évènement » (1981 : 13).
5. « L'évènement lui-même est une sorte d'invariant inconnu que les médias vont construire » (Veron, 1981 : 12).
6. Voir également Koren (1996). L'auteur procède à une analyse du discours des médias traditionnels et traque les traces de ce qu'elle appelle le « désir d'objectivité » et les « effets d'objectivité », défendant la thèse selon laquelle la langue dans laquelle les journalistes écrivent n'est pas « objective » mais « sélective ».
7. Nous entendons ici des « faits bruts » tels qu'ils sont définis et distingués par Searle des « faits institutionnels » (1995). Sur cette distinction entre deux types de « faits », voir également Gauthier (2003 : 191, 2004 : 21).
8. « Nous appellerons chaque intervention informative spécifique d'un média une copie » (Veron, 1981 : 8).
9. Dans l'ouvrage qu'il consacre à la télévision, Bourdieu écrit : « Il m'arrive d'avoir envie de reprendre *chaque mot* des présentateurs qui parlent souvent à la légère, sans avoir la moindre idée de la difficulté et de la gravité de ce qu'ils évoquent et des responsabilités qu'ils encourent en les évoquant, devant des milliers de téléspectateurs. [...] Parce que ces mots font des choses, créent des fantasmes, des peurs, des phobies ou, simplement, des représentations fausses » (1996 : 19).
10. Propos en fait rapportés par Delamotte-Legrand (1999) à la suite d'un entretien avec l'auteur.
11. L'« attaque », dit-on dans le jargon journalistique.
12. Expression que nous empruntons à Pialoux (1997), qui la propose précisément à l'occasion de son étude sur le traitement médiatique du sida.
13. Mouriquand parle de « titres survendeurs » (1997 : 103).
14. Bien que l'auteure définisse trois types de « dérives » liées à la « rhétorique médiatique sensationnaliste des chiffres », elle conçoit également que le récit de chiffres puisse être la condition d'un « questionnement qualitatif », c'est-à-dire « critique, politique et/ou axiologique » (Koren, 2009 : 73).
15. On peut situer le début de cette médiatisation en janvier 1982 (Herzlich et Pierret, 1999 : 222 ; Mercier, 1992 : 110).

16. Il nous est impossible dans le cadre de cette contribution de rapporter dans sa totalité l'analyse que nous avons menée à l'occasion d'une thèse de doctorat (Coppola, 2007 ; Coppola et Camus, 2008). Nous n'aborderons ici qu'une partie de cette analyse.
17. Nous les avons soulignées dans les extraits rapportés ci-dessus.
18. Rappelons que pour Charaudeau, « déjà » témoigne entre autres du fait que « le moment où se produit l'action est jugé précoce par rapport au moment où sa réalisation était attendue » (1992 : 483).
19. Personnage fictif.
20. Les deux versions figurent dans leur intégralité en annexes I et II.
21. Il s'agissait d'une maladie totalement fictive dont on disait qu'elle était due à un virus, le *Paramixoviridae*, découvert par un certain professeur nommé Schwartz. Nous nous sommes évidemment assurés que les sujets déclaraient ne pas connaître l'existence de cette maladie.
22. Nous indiquerons les autres propositions dans la partie consacrée aux résultats.
23. [M = 2,86 vs 2,27 ; F(1,97) = 10,06 ; p < ,01]
24. [Groupe 3 vs groupe 1 ; F(1,95) = 2,92 ; p < ,10 et groupe 4 vs groupe 2 ; F(1,95) = 8,39 ; p < ,01]
25. [M = 4,98 vs 4,23 ; F(1,97) = 9,06 ; p < ,01]
26. [Groupe 3 vs groupe 1 ; F(1,95) = 3,85 ; p < ,06 et groupe 4 vs groupe 2 ; F(1,95) = 5,51 ; p < ,03]
27. [M = 3,55 vs 2,79 ; F(1,97) = 11,61 ; p < ,001]
28. [Groupe 3 vs groupe 1 ; F(1,95) = 7,88 ; p < ,01 et groupe 4 vs groupe 2 ; F(1,95) = 3,89 ; p < ,06]
29. [M = 3,63 vs 4,71 ; F(1,97) = 34,24 ; p < ,0001]
30. [Groupe 3 vs groupe 1 ; F(1,95) = 15,60 ; p < ,001 et groupe 4 vs groupe 2 ; F(1,95) = 18,74 ; p < ,0001]
31. [M = 1,61 vs 1,98 ; F(1,97) = 7,02 ; p < ,001]
32. [Groupe 3 vs groupe 1 ; F(1,95) = 6,83 ; p < ,02 et groupe 4 vs groupe 2 ; F(1,95) = 1,38 ; non significatif]
33. [M = 3,35 vs 3,98 ; F(1,97) = 7,93 ; p < ,01]
34. [Groupe 4 vs groupe 2 ; F(1,95) = 5,95 ; p < ,02 et groupe 3 vs groupe 1 ; F(1,95) = 2,26 ; p < ,14]
35. [M = 3,65 vs 4,48 ; F(1,97) = 13,43 ; p < ,001]
36. [Groupe 3 vs groupe 1 ; F(1,95) = 4,16 ; p < ,05 et groupe 4 vs groupe 2 ; F(1,95) = 9,67 ; p < ,01]
37. [M = 3,92 vs 4,37 ; F(1,97) = 5,95 ; p < ,02]
38. [Groupe 4 vs groupe 2 ; F(1,95) = 6,08 ; p < ,02 et groupe 3 vs groupe 1 ; F < 1 ; non significatif]
39. [M = 5,08 vs 3,86 ; F(1,97) = 25,82 ; p < ,0001]
40. [Groupe 3 vs groupe 1 ; F(1,95) = 13,45 ; p < ,001 et groupe 4 vs groupe 2 ; F(1,95) = 11,91 ; p < ,001]
41. [M = 5,19 vs 3,81 ; F(1,97) = 32,03 ; p < ,00001]
42. [Groupe 3 vs groupe 1 ; F(1,95) = 14,35 ; p < ,001 et groupe 4 vs groupe 2 ; F(1,95) = 17,09 ; p < ,0001]
43. [Groupe 4 vs groupe 2 ; F(1,95) = 3,30 ; p < ,08 et groupe 3 vs groupe 1 ; F < 1 ; non significatif]
44. Précisons que les analyses faites par ces auteurs portent sur des interactions entre praticiens et patients dans le cadre du « conseil génétique » (Sarangi et Clarke, 2002 ; Sarangi *et al.*, 2003).
45. Question que nous distinguons dans notre discussion de celle de la responsabilité des positionnements coercitifs enregistrés en réaction au message d'information.
46. Conformément à l'une des affirmations des auteurs du modèle de la probabilité d'élaboration (Petty et Cacioppo, 1986a et 1986b).
47. On relativisera cependant cette idée selon laquelle le langage puisse être aussi « directif », Ducrot considérant que le langage ne peut contribuer à la moindre argumentation rationnelle consistante.
48. Ce qui fait dire à Goodman (1967 et 1976) que « [l]ire, c'est prévoir » ou encore que « [l]a lecture est un jeu de devinette psycholinguistique ».

49. Le texte administré au groupe expérimental 2 était identique, « VIH » et « sida » étant remplacés respectivement par « *Paramixoviridae* » et « maladie de Schwartz ».

50. Les contaminations chez les prostituées sont aussi pour la plupart comptabilisées dans les contaminations par voie hétérosexuelle et quelques contaminations chez les usagers de drogue ont pu être en fait le résultat d'un rapport hétérosexuel ou homosexuel et ainsi comptabilisées deux fois. Cela explique un total supérieur à 100 %.

51. Le texte administré au groupe expérimental 4 était identique, « VIH » et « sida » étant remplacés respectivement par « *Paramixoviridae* » et « maladie de Schwartz ».

RÉSUMÉS

Cet article s'inscrit dans le champ des études consacrées à la construction médiatique du sida. Les auteurs analysent le discours de la presse sur le sida pour y relever des procédés de mise en forme langagière, ces derniers étant à voir comme les marques d'une visée autre que strictement informative : la « visée de captation ». Ils interrogent ensuite les effets en réception de ces procédés discursifs. Ils montrent qu'en accentuant ainsi la dramatisation d'un message d'information épidémiologique, on accroît le sentiment d'exposition au risque d'infection, les intentions préventives et l'adhésion à une gestion coercitive en matière de lutte contre la maladie. Ils concluent sur l'utilité de ces stratégies de captation sous l'angle de l'efficacité lorsqu'elles sont mises au service de la prévention.

This article is set within the field of the media construction of AIDS. Through discourse analysis the authors reconstitute the processes by which the language of the press frames AIDS in a fashion other than informative: rather within the "aim to capture." They then examine the effects on reception of said discursive processes. They show that by highly dramatizing a message containing epidemiological information, one increases the sentiment of increased exposure to the risk of infection, the willingness to take preventive measures and to submit to coercive action in order to fight against the disease. The authors conclude that strategies that "aim to capture" are effective and thus useful when deployed under the guise of prevention.

Este artículo se enmarca en el campo de los estudios centrados en la construcción mediática sobre el sida. Los autores analizan el discurso de la prensa sobre el sida a fin de descubrir los procedimientos de formación lingüística, siendo estos últimos como marcas de un objetivo que no es estrictamente informativo, es decir, el "objetivo de captación". Enseguida, se interrogan sobre los efectos en la recepción de estos procedimientos discursivos. Los autores demuestran que enfatizando la dramatización de un mensaje de información epidemiológica, se amplifica el sentimiento de exposición al riesgo de infección, las intenciones preventivas y la adhesión a una gestión coercitiva en materia de lucha contra la enfermedad. Ellos concluyen sobre la utilidad de estas estrategias de captación dentro de una perspectiva de eficacia cuando están puestas al servicio de la prevención.

INDEX

Keywords : attention-seeking, discourse analysis, France, HIV/AIDS, persuasion strategies

Palabras claves : análisis del discurso, captación, estrategias persuasivas, Francia, VIH/sida

Mots-clés : analyse du discours, captation, France, stratégies persuasives, VIH/sida

AUTEURS

VINCENT COPPOLA

Vincent Coppola est maître de conférences en psychologie sociale, à l'Institut universitaire de technologie (IUT) de Tarbes, et membre du Laboratoire d'études et de recherches appliquées en sciences sociales (LERASS), à l'Université Paul Sabatier, à Toulouse. Cet article est tiré d'un travail effectué dans le cadre du contrat ANR 08-COMM-043 « *Savoir communiquer* » : *approche critique de l'efficacité persuasive*. Courriel : vincent.coppola@iut-tarbes.fr

ODILE CAMUS

Odile Camus est maître de conférences, habilitée à diriger des recherches (HDR) en psychologie sociale et membre d'Investigations cognitives : du neurone à la société (ICONES) de l'Université de Rouen, à Mont-Saint-Aignan. Cet article est tiré d'un travail effectué dans le cadre du contrat ANR 08-COMM-043 « *Savoir communiquer* » : *approche critique de l'efficacité persuasive*. Courriel : odile.camus@univ-rouen.fr