

Jugements de jeunes Ivoiriens sur des images de prévention du Sida

Emmanuelle Vautrin-Soares, A. Soares de Ceita, François Deniaud, Jean-Loup Rey

Méthodes

Population

Nous avons interrogé trente élèves de quatre classes de niveau différent: trois classes à Bouaké, deuxième ville de Côte-d'Ivoire avec environ 600 000 habitants et une classe du collège de Botro (13-17 ans), petite ville située à 50 km de la précédente et avec de nombreuses relations dans les deux sens. À Bouaké il y a une classe de CM2 (10-13 ans), une classe de collège (13-15 ans) et une de lycée (15-19 ans). Cette diversité des sujets nous est imposée par l'urgence, nos résultats étant attendus par les autorités ivoiriennes; notre travail a un objectif pragmatique et les campagnes à venir sont des campagnes générales non ciblées.

Contenu des images

Nous avons choisi les images les plus représentatives d'un concours d'affiches réalisé parallèlement en Côte-d'Ivoire et en France par des scolaires de même âge que les jeunes interrogés, et nous avons ajouté quatre images en couleur qui devaient être utilisées pour des campagnes d'information (trois ont été utilisées depuis). D'autre part, si le comité national de lutte contre le Sida de Côte-d'Ivoire utilise rarement des affiches venant d'Europe, les jeunes en voient un très grand nombre dans les journaux et la télévision: il nous a donc semblé utile de tester des images de France.

Déroulement de l'étude

La démarche poursuivie pour l'ensemble de ces études est une démarche de psychologie expérimentale, destinée à apprécier la perception des images et l'acquisition d'informations à partir de ces images. À chaque élève est proposé le cahier contenant l'ensemble des dessins; après 5 minutes environ on lui demande « désigne deux dessins que tu choisiras pour faire une affiche » puis « désigne deux dessins que tu ne mettrais pas en affiche ». Ensuite il a été demandé au sujet d'expliquer la ou les raisons de ses choix et refus: « tu as choisi ce dessin pour faire une affiche: peux-tu me dire pourquoi? » et/ou « qu'est-ce que tu en penses? »; « tu ne mettrais pas ce dessin en affiche: peux-tu me dire pourquoi? » et/ou « qu'est-ce que tu en penses? ».

À partir des seuls dessins n° 10 à 13, les questions suivantes sont posées afin de mieux évaluer l'impact de ces images destinées à une grande diffusion:

« - Que veut dire la personne qui a fait ce dessin? »

« - Que représente ceci? » et l'enquêteur montre les préservatifs et la voiture dans les deux scènes de sensibilisation, la « coiffure Capote » et le panneau pour le panneau de coiffeur, la terre et le trajet de la fusée dans le dessin de l'affiche « Chaussez capote ».

À la fin de l'entretien une dernière question est posée concernant le type de support préféré pour une démonstration des préservatifs, soit un phallus en bois comme dans l'image 10, soit un couple en bois comme dans l'image 13.

L'entretien a été complété pour ces quatre dessins car ils étaient plus complexes que les précédents, soit par leur style, soit par leur mode de communication (panneau de coiffeur).

Depuis l'apparition du Sida, les responsables internationaux et nationaux ont cherché à informer et sensibiliser les populations dont ils ont la charge. Un moyen fréquemment utilisé est la diffusion d'images, surtout sous forme d'affiches.

Si la connaissance du Sida, de ses modes de contamination et de prévention a fait de grands progrès, il apparaît que l'obtention des changements nécessaires de comportements est plus difficile. Nous sommes donc entrepris une étude sur la perception des images et affiches destinées à la lutte contre le Sida en Côte-d'Ivoire, pour apprécier les obstacles éventuels à l'efficacité de ce mode de sensibilisation [1].

Au cours de cette étude nous avons réalisé une enquête sur la compréhension et la sélection par des écoliers ivoiriens de treize dessins déjà utilisés ou devant être utilisés comme moyens de prévention et d'information sur le Sida en Côte-d'Ivoire [2]. Ce sont les résultats de cette enquête que nous rapportons ici.

F. Deniaud: Orstom, BP 5045, 34032 Montpellier cedex.
E. Vautrin-Soares, A. Soares de Ceita: Orstom, 04 BP 293, Abidjan, Côte-d'Ivoire.
J.-L. Rey: Service de médecine des collectivités, Hôpital d'instruction des armées Desgenettes, 108, bd Pinel, 69275 Lyon cedex 03, France.

Tirés à part: J.-L. Rey

27 MARS 1994

PM 203



Image n° 1



Image n° 3

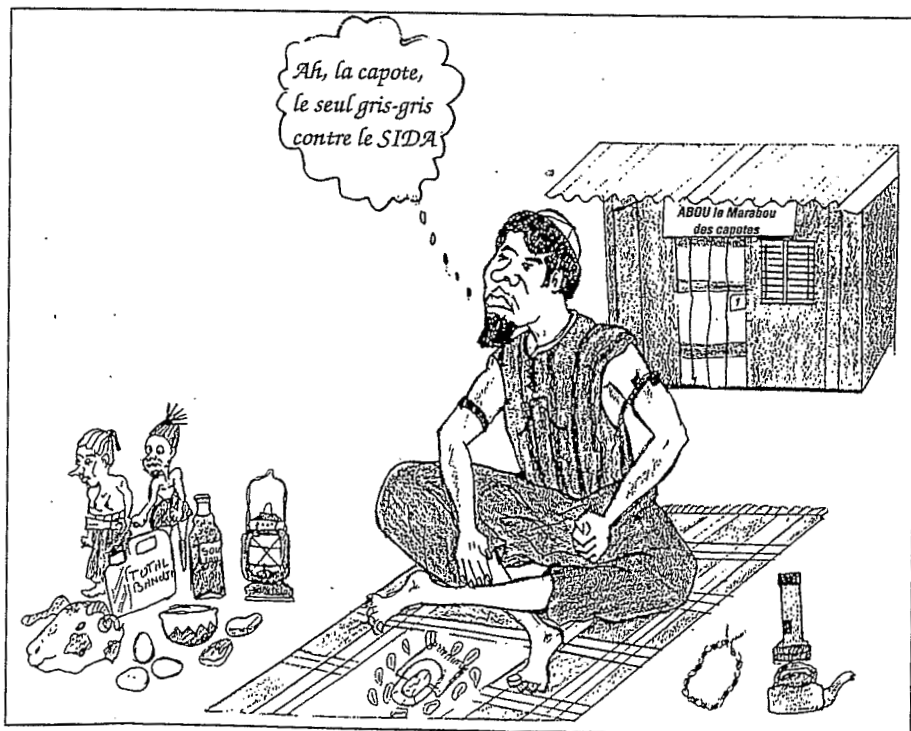


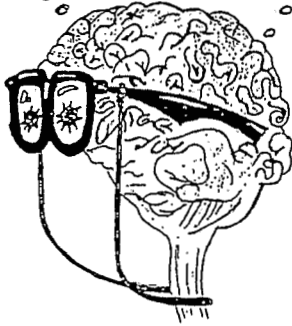
Image n° 2

Image n° 1 : en noir et blanc, représente deux couples et un serpent avec comme message « *Le vagabondage sexuel peut être mortel comme le venin de serpent, sans capote* ». Il s'agit d'un dessin fait par un collégien lors d'un concours d'affiches organisé en 1991, à Dabou, ville de Côte-d'Ivoire située à 50 km d'Abidjan.

Image n° 2 : en noir et blanc, représente un « guérisseur » assis devant sa case avec ses « gris-gris » et le message suivant : « *Ah la capote, le seul gris-gris contre le Sida.* » Il s'agit également d'un dessin venant d'un concours d'affiches organisé dans un lycée d'Abidjan, fin 1991.

Image n° 3 : en noir et blanc, représente un homme habillé d'un scaphandre portant un macaron « Sultan » (marque d'un préservatif nord-américain largement distribué en Afrique avant les campagnes de marketing social), avec le message « *Armez-vous contre le Sida* ». Il s'agit aussi d'un dessin choisi à partir du concours d'affiches de Dabou.

SAIN DE



CORPS & D'ESPRIT

Image n° 6

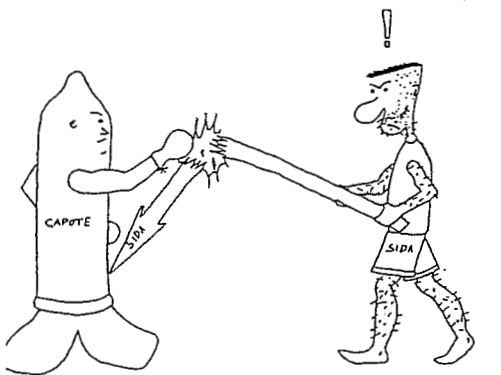
LA CAPOTE EST L'HABIT



A LA MODE

Image n° 7

AVEC LA CAPOTE



COMBAT GAGNÉ D'AVANCE CONTRE LE SIDA

Image n° 8

Image n° 4 : en noir et blanc, phrase « *I love you* » écrite avec des préservatifs; dessin réalisé par une jeune lycéenne de 15 ans de Montpellier, en 1992.

Image n° 5 : en noir et blanc, dessin d'un préservatif déguisé en arlequin avec comme texte « *C'est le carnaval. Déguisons les zizis* »; dessin réalisé par une jeune française de 16 ans.

Image n° 6 : dessin noir et blanc, réalisé par une lycéenne de Perpignan en 1992 et représentant un cerveau avec des lunettes, réfléchissant aux modes de contamination du Sida avec le message suivant « *Sain de corps et d'esprit* ».

Image n° 7 : dessin noir et blanc, réalisé lors du concours d'affiches du lycée d'Abidjan, représentant un homme et une femme habillés d'un préservatif avec un message « *La capote est l'habit à la mode* ».

Image n° 8 : dessin noir et blanc, réalisé au cours du même concours représentant un personnage poilu, habillé d'un short marqué Sida et armé d'une lance, luttant avec un préservatif contre lequel sa lance se brise; le message accompagnant le dessin est : « *Avec la capote, combat gagné d'avance contre le Sida.* »

Image n° 9 : dessin noir et blanc, réalisé pour le même concours représentant deux pénis, un avec deux préservatifs, l'autre avec un seul, et le message suivant « *Préservons-nous, mais une vaut mieux que deux* ».

Nous avons dû faire un choix pour la reproduction des 13 images décrites ici, ce qui explique l'absence des figures 4, 5 et 9 de ces colonnes.

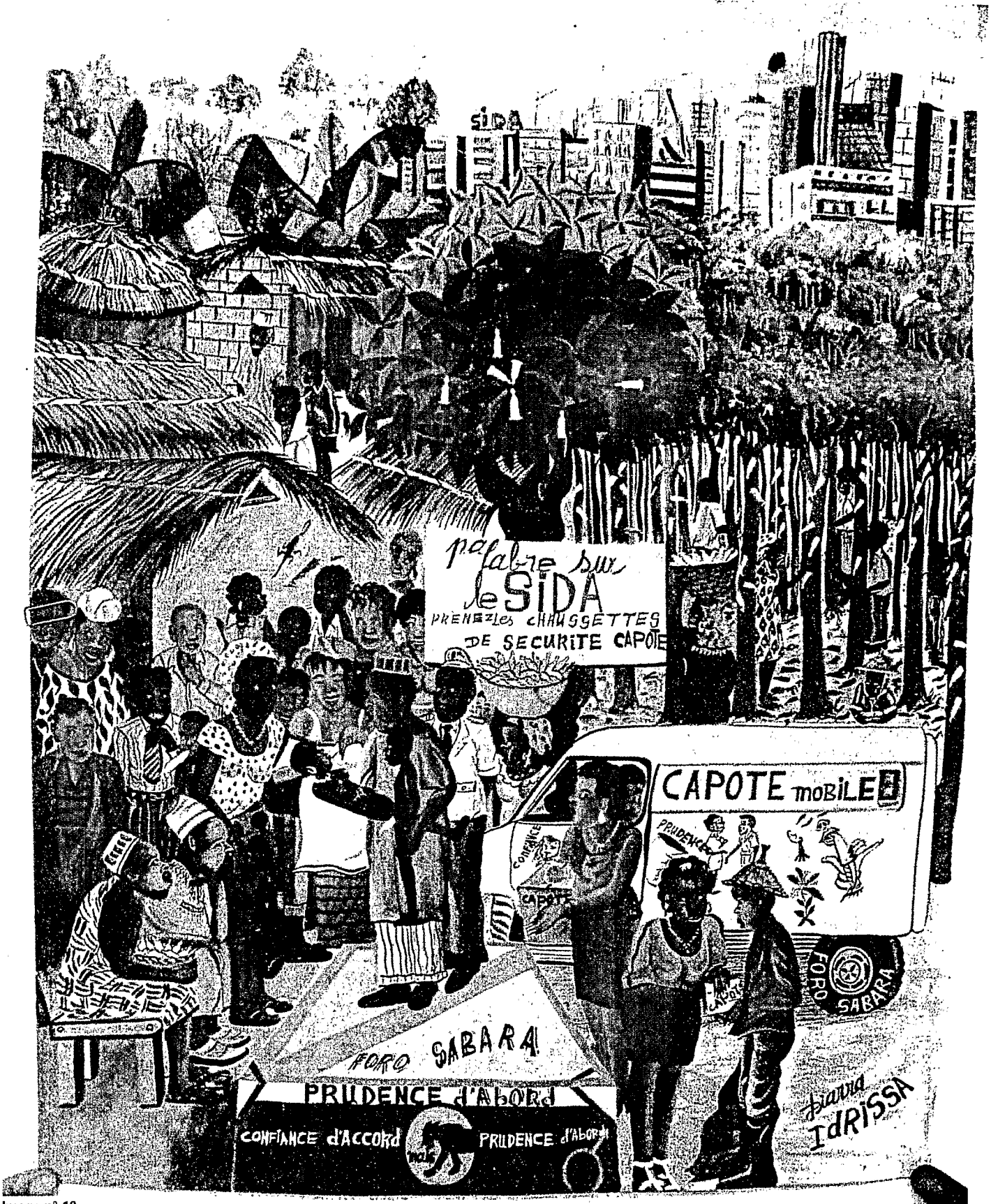


Image n° 10



Image n° 11

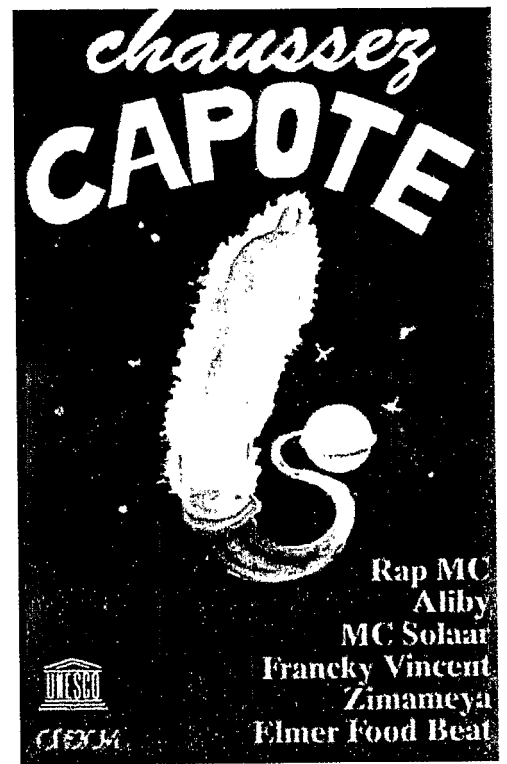


Image n° 12



Image n° 13

Image n° 10 : tableau en couleur, du jeune peintre ivoirien Idrissa Diarra, représentant une scène de sensibilisation sur le Sida, en zone rurale, avec une ville au fond, une forêt avec des arbres aux branches desquels pendent des préservatifs et une place de village au premier plan avec une voiture, une tribune et des panneaux assurant la promotion des préservatifs. Le tableau est intitulé « *Palabre sous le capotier du village* ».

Image n° 11 : photographie en couleur d'un panneau à la manière de celui d'un coiffeur ambulant et utilisé pour promouvoir les préservatifs avec le message suivant « *La coiffure-capote, c'est la mode qu'il faut. Pour éviter les maladies sexuelles et les grossesses* ».

Image n° 12 : dessin en couleur, issu du concours d'affiches du lycée d'Abidjan, repris comme jaquette pour la cassette musicale « *Chaussez capote* », avec le message suivant « *Capote, pour la sécurité des hommes et des femmes du monde* »; le dessin représente une capote sous forme de fusée s'éloignant de la terre au deuxième plan.

Image n° 13 : deuxième peinture de I. Diarra représentant une scène de promotion des préservatifs en ville avec une estrade devant un hôtel et une pharmacie et des panneaux vantant les mérites du préservatif. Le tableau s'intitule « *Causerie capote au quartier de la jeunesse* ».

Il y a donc neuf dessins en noir et blanc provenant de différents concours d'affiches faits par des jeunes de 11 à 20 ans; et quatre dessins en couleur prévus pour être utilisés dans différentes campagnes de sensibilisation (deux tableaux de Diarra, un panneau de coiffeur et un dessin venant du concours du lycée d'Abidjan).

Tableau 1

Nombre de jeunes choisissant et refusant les différents dessins

Image	Nombre de jeunes ayant choisi	Nombre de jeunes ayant refusé	Score différentiel	Rang du score
1	35	35	0	7
2	17	29	- 12	10
3	19	21	- 2	8
4	3	33	- 30	12
5	2	37	- 35	13
6	6	16	- 10	9
7	22	16	+ 6	5
8	33	4	+ 29	1
9	9	7	+ 2	6
10	31	7	+ 24	3
11	14	28	- 14	11
12	18	1	+ 17	4
13	31	6	+ 25	2

Number of children preferring of rejecting the different pictures

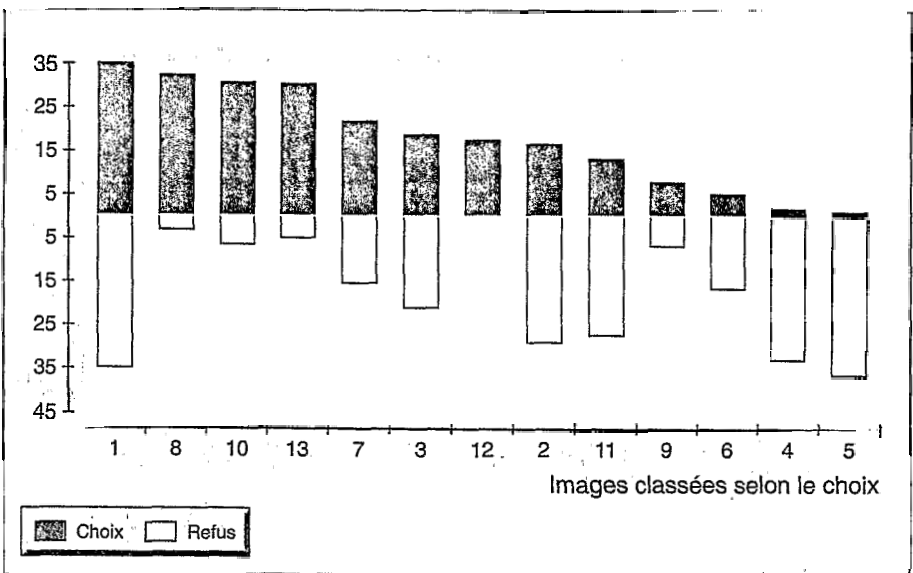


Figure 1. Répartition générale des choix et refus des images chez les 13-15 ans.

Figure 1. General distribution of choices and rejections of images by the 13 to 15 year-old age group.

Résultats

Résultats globaux

Les résultats concernant le choix et le refus sont rassemblés dans le *tableau 1*. Il existe trois sortes d'images : celles qui sont majoritairement choisies comme les n°s 8 et 10, celles qui sont majoritairement refusées comme les n°s 4 et 5 ou celles qui sont à la fois choisies par une partie des jeunes et refusées par une autre partie comme les n°s 3, 9 ou 1.

Pour tenir compte de ces cas nous avons calculé un score différentiel qui soustrait le nombre des refus à celui des choix. Il existe très peu de différences dans la fréquence des choix et des refus selon l'âge ou le milieu d'origine des jeunes ; seuls les dessins n°s 3 et 4 sont plus souvent refusés par les plus jeunes (*figures 1 et 2*).

Raisons du choix

Concernant les cinq premières affiches choisies dans l'ordre, les principales rai-

sons évoquées pour le choix sont les suivantes.

L'image n° 8, représentant le combat entre le préservatif et le Sida tous deux anthropomorphisés : les jeunes soulignent l'intérêt de ce combat, la clarté et l'efficacité de la protection apportée par le préservatif. Sur 33 commentaires, 27 ont compris le rôle protecteur du préservatif. Le score différentiel la place en 1^{re} position.

L'image n° 10 semble appréciée parce que les jeunes aiment ces séances d'information et de sensibilisation (citée par 21 sujets) mais seuls 7 sur 38 répondants évoquent la protection apportée par le préservatif (score différentiel ; 3^e rang).

L'image n° 13 est appréciée pour la même raison que la précédente (16 sujets) avec un accent mis sur la vente et la disponibilité de ces préservatifs dans le commerce et seuls 4 répondants ont enregistré un message de prévention (score différentiel ; 2^e position).

L'image n° 1 est choisie semble-t-il parce qu'elle rappelle le vagabondage sexuel (10 sujets) et constitue, pour eux, une bonne mise en garde ; sur 35 commentaires, 9 parlent des préservatifs et 2 de la mort (score différentiel nul ; 7^e position).

L'image n° 12 est appréciée parce que le dessin est clair et simple. Les jeunes aiment cette promotion simple et directe du préservatif. Cette image est mieux comprise en ville qu'en zone rurale et, si les commentaires sont rares, la plupart de ceux-ci (15) portent sur la protection apportée à tous par le préservatif (score différentiel ; 4^e position).

Grâce aux questions supplémentaires il est possible de constater que ce dessin du préservatif-fusée protégeant tous les humains est diversement compris : 1/3 ne voit que la capote, 1/3 saisit la notion d'universel et 1/3 parle de mode d'emploi ; la terre est reconnue par la moitié des jeunes (11% voient des testicules), le trajet de la fusée est vu comme un pénis par 1/3 des répondants alors que 1/3 ne voit rien, certains font allusion à un ballon, à la grossesse et à la contraception, d'autres voient un ovule et un spermatozoïde.

En revanche les deux tableaux en couleur de I. Drissa représentant des séances de sensibilisation sont globalement bien compris avec un meilleur score pour la séance se déroulant en zone rurale (57% versus 44% en ville) ; cette compréhension de la scène en milieu rural augmente avec l'âge. Une grande partie des

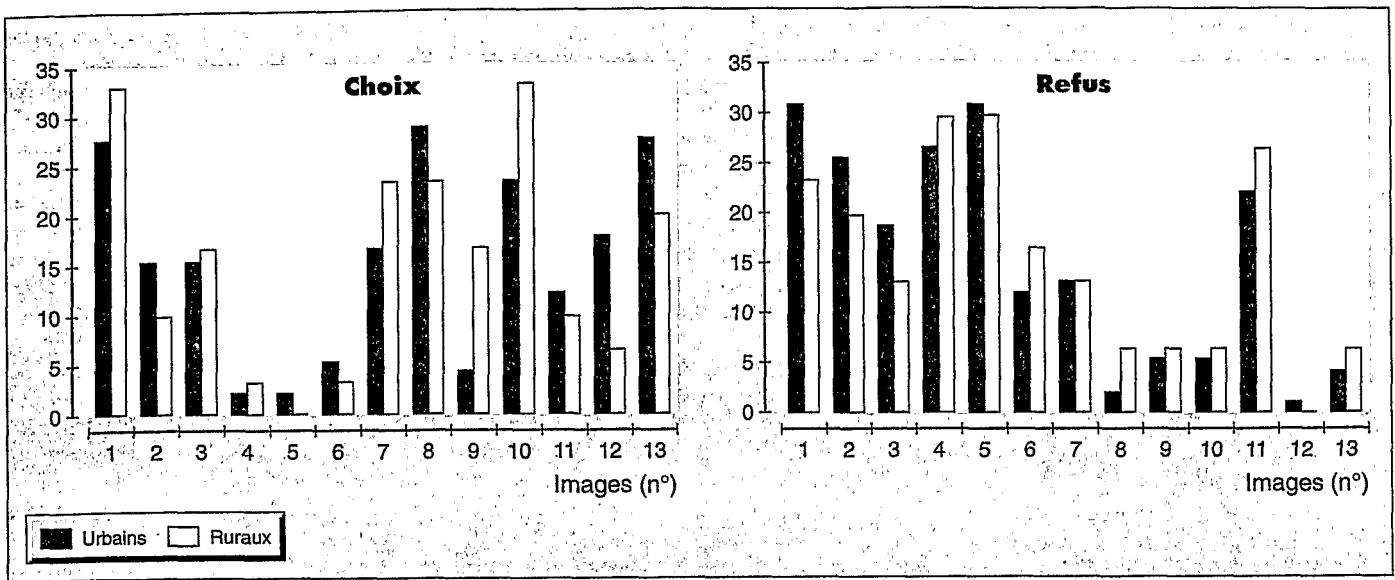


Figure 2. Répartition des choix et refus des images chez les 13-15 ans en fonction du milieu urbain ou rural.

Figure 2. Distribution of choices and rejections by the 13 to 15 year-olds according to whether urban or rural.

réponses concernant la séance de sensibilisation en ville fait mention de vente et publicité des préservatifs, notion commerciale qui semble jouer un rôle positif.

Raisons du refus

Concernant les cinq affiches les plus souvent refusées les raisons en sont les suivantes.

L'image n° 1 : l'image des deux couples peut être considérée comme une incitation à multiplier les partenaires ; 22 sur 35 sont critiques parce que l'image montre « des gens en action ».

L'image n° 5 n'est pas appréciée parce que les jeunes ne veulent pas associer Sida et amusement (19 sujets) et parce qu'ils ne retiennent aucun message ; le commentaire le plus fréquent est « Il n'y pas d'information » (score différentiel le plus bas : -35).

L'image n° 2 (avec 29 mauvaises opinions) est refusée parce que les jeunes refusent l'assimilation préservatif et gris-gris protecteur (6 sujets) et surtout accusent le féticheur de mentir (17 suffrages) (score différentiel bas : -12).

L'image n° 4 est refusée parce que les jeunes ne saisissent pas le message et parce qu'ils ne souhaitent pas juxtaposer

amour et Sida ; il est également possible que des difficultés de lecture et de compréhension interviennent dans cette mauvaise appréciation. Un autre handicap a été souligné par les jeunes : la compréhension de l'image nécessite de savoir lire (score différentiel très bas : -30).

L'image n° 3 est refusée à cause de l'assimilation habit et capote, l'information n'est pas comprise, le message pour une protection n'est pas clair, l'avis majoritaire peut se résumer par cette phrase souvent répétée « Quelle arme ? » (score différentiel faible : -2).

L'image n° 6 classée 7^e pour les refus et 9^e pour le score différentiel est rejetée parce qu'elle ne donne pas d'information sur le Sida et que le dessin du cerveau n'est pas compris.

L'image n° 11 est relativement bien jugée parce qu'elle fait appel à un effet de mode pour « porter » des préservatifs. Ce panneau de coiffeur est reconnu par 58 % des jeunes, cette reconnaissance augmentant avec l'âge et en ville mais le rapport avec le Sida et sa prévention n'est pas saisi, 20 % ne répondent pas et 38 % seulement pensent à la sensibilisation et la promotion des préservatifs.

Commentaires

Cette étude rapide ne peut pas répondre à toutes les questions que se posent les responsables sanitaires sur l'efficacité des campagnes par affiches. Elle présente quelques insuffisances : l'effectif des jeunes enquêtés est faible et restreint géographiquement ; de plus le choix des dessins analysés est subjectif et limité, mais il était difficile de faire examiner un plus grand nombre d'images. L'intérêt majeur d'un tel travail est que des images faites par des jeunes sont jugées et critiquées par leurs pairs. Il serait intéressant d'approfondir ces résultats avec des effectifs enquêtés plus importants ainsi que sur des jeunes non scolarisés d'une part et des adultes d'autre part.

Connaître l'impact des images est important car il a été montré que la prise de conscience individuelle de l'influence d'une campagne médiatique était liée à une plus grande utilisation des préservatifs [2-4]. De plus l'un de nous a montré que la vision des affiches est liée à une meilleure connaissance globale du Sida et de sa prévention [1].

Dans les éléments pouvant jouer en faveur d'une image, il apparaît que la

couleur n'est pas déterminante puisque l'image la plus souvent choisie est en noir et blanc, néanmoins trois des autres images choisies sur cinq sont en couleurs. Le dessin le plus cité est le dessin n° 8 qui semble apprécié parce qu'il représente une scène simple, avec une représentation claire du Sida et de sa prévention, dominée par le préservatif. Par rapport aux autres, l'atout de cette image est une correspondance directe entre le texte et

l'image. On peut se demander néanmoins si, dans le processus de sélection, le fait que le Sida soit représenté par un personnage ayant des caractéristiques d'Européen intervient, et si oui, comment ; de plus certains élèves pensent qu'il s'agit d'un malade.

Les deux peintures de I. Diarra représentant des séances de promotion des préservatifs sont très appréciées, mais un grand nombre d'éléments composant les

tableaux ne sont pas reconnus, en particulier les représentations des capotes. Un élément qui a attiré les jeunes dans les deux tableaux est le réalisme et la proximité qu'il crée entre le jeune et le message contenu dans le dessin.

Déjà en 1974 lors d'une étude sur la communication visuelle chez les Ivoiriens, F. Baillon [5] notait « un attrait particulier pour le réalisme ». Des analogies claires sont établies avec des scènes

Summary

Opinions of the young in Ivory Coast on Aids prevention images

E. Vautrin-Soares, A. Soares de Ceira, F. Deniaud, J.L. Rey

Posters are the major media for campaigns for the prevention of Aids. However, the preventive message needs to be adapted to the realities of situation in the field and easily understandable by the target population, for there to be appropriate changes in behaviour in the short term. We studied this issue: understanding and choices of 13 pictures concerning Aids. Three black and white pictures were selected from among the entries in competitions in each Dabou, a town 50 km from Abidjan (Ivory Coast), a school in Abidjan and in France (schools in Perpignan and Montpellier). Four colour pictures were also selected: two paintings by the Ivory Coast painter I. Diarra, the jacket of the music cassette «Chaussez capote» (wear a rubber) and one image of hair-styles.

The study population included 120 Ivory Coast pupils between 10 and 20 years old. Ninety lived in Bouake (second largest city in Ivory Coast: approximate population 600,000) in an urban environment. We questioned three classes of approximately 30 pupils each: one in a primary school (10 to 13 years old); one in a secondary school (13 to 15 years old), and one in a college (15 to 19 years old). Thirty subjects (one class age 13 to 17) lived in Botro, a town 50 km from Bouake.

The method has been used in experimental psychology. The 13 pictures were presented together to each child, who was asked to select the two that he or she most appreciated (preferred) and the two he or she least liked (rejected). All choices were accompanied by the question «Why?». Each child was then asked to describe the meaning of the images in the colour pictures, as well as his or her perception and understanding of particular elements: the condoms and the car in the two sensitisation scenes; the «condom coiffure» and the hairstyle image; the ground and the rockets path in the «Chaussez capote» picture. At the end of the interview, the child was asked what was the best medium for demonstrating how to use condoms.

The selection of preferred and rejected images allowed the

definition of three categories of images: those that were mostly preferred (one competition picture and one painting); those that were mostly rejected (two pictures from France); and those preferred by some children and rejected by others. In general, the children preferred simple clear and direct images of Aids, in particular when directly associated with everyday scenes. In contrast, the images including analogies between Aids and humour, and Aids and love (French pictures); condoms with amulet, clothes and protection were rejected. Colour did not seem to be important in the choices.

In the consideration of the colour pictures, the children seemed attracted to the paintings by Diarra, although the message was not clearly understood. Only the image was taken in, suggesting a purely aesthetic attraction. The hair-dresser's hoarding was recognised, but the association with the prevention of Aids was not perceived. The various elements of the picture from the cassette jacket were also understood in different ways.

The final question about the medium for demonstration the use of condoms did not reveal a preference for either a complete statue of a man or a wooden model of a penis. Some remarks about the statue were interesting: «it is well adapted to illiterates», but having sacred connotations, it could be criticised by traditionalists. One child said that the statue could be associated with dead people, and thus that the prevention message may be lost.

The information supplied by this study underline the difficulties of making a message understood by a general public, and the necessity of using images appropriate to the target group. Clearly aware of the dangers, this young population in the Ivory Coast refused all messages that were either excessively reassuring or alarmist about Aids, and were confused by images that were overloaded or referred to very abstract ideas.

Cahiers Santé 1994; 4: 315-24.

de la vie courante (marché, vente ambulante, publicité commerciale, contexte du village ou du quartier), et ces analogies interviennent dans le choix positif. En effet l'appropriation de l'image est fondée en grande partie sur l'expérience antérieure du sujet, c'est-à-dire sur sa mémoire : à la perception actuelle d'un stimulus, le sujet incorpore le souvenir de ses perceptions précédentes [6].

Ces affiches ont un tel réalisme qu'elles ne sont pas considérées comme des affiches de prévention mais comme des scènes qui se sont déroulées et qui sont rapportées. Pour tous les autres dessins les jeunes interrogés commençaient leur réponse par « *il (l'auteur) veut dire que* », « *cela veut dire que* », « *le dessin veut dire que* », « *c'est pour dire que* », alors que pour les dessins n°10 et 13 les élèves débutaient leur phrase par « *ça nous montre que* », « *c'est une* », « *on montre que* », « *les gens ont fait* ».

Les jeunes souhaitent, dans leur majorité, une représentation directe et simple du Sida et de sa prévention : l'absence de cette représentation a été souvent reprochée, en particulier dans les images n°4 (« *I love you* ») et 6 (cerveau pensant), mais aussi dans l'image de l'homme avec un habit de protection pour laquelle les jeunes demandent « *s'armer, oui mais avec quoi ?* ».

Les principales raisons de refus des six premières images (hormis la n°1 qui a un statut particulier car à la fois souvent choisie et refusée) sont un rejet des analogies évoquées dans ces dessins, soit : humour et Sida, préservatif et gris-gris, Sida et amour, habit et protection contre le Sida. Le rejet de l'utilisation de l'humour est manifeste pour l'image du préservatif déguisé (n°5) qui est massivement rejetée car « *pas sérieuse* » alors que « *le Sida c'est grave* » ; ce rejet est plus relatif pour l'image n°2 du guérisseur dont la représentation humoristique plaît parfois ou l'image n°7 du couple habillé en capote, dont l'humour est diversement apprécié. Le doute sur l'intérêt éventuel des guérisseurs est évident avec le rejet majoritaire de l'image le représentant, mais les commentaires sont très variés ; de « *si les guérisseurs soignent on peut avoir confiance dans ce qu'ils disent* » à « *ce sont tous des escrocs* » en passant par « *il y a d'autres moyens de prévention* », ou « *c'est bien s'ils distribuent des capotes* ».

La crainte exprimée par ceux qui ne veulent pas associer amour et Sida (n°4 par exemple) repose sur trois raisons dont certaines sont contradictoires entre elles :

d'une part la promotion de l'amour serait une incitation au vagabondage sexuel, d'autre part l'amour est possible même (et surtout) avec un séropositif ou un malade, enfin le préservatif n'est pas toujours obligatoire pour aimer (couple fidèle non infecté).

Le refus d'associer habit et capote est fréquent, et avait été retrouvé dans différentes enquêtes réalisées à Abidjan et Ouagadougou [7] : il semble donc que le terme « *chaussette* » souvent utilisé par les jeunes pour désigner les préservatifs n'entre pas dans la catégorie vêtements. Une des oppositions à l'association habit-préservatif réside dans l'observation qu'un habit peut être porté plusieurs fois et qu'il est dangereux en parlant vêtement de laisser entendre que la capote n'est pas à usage unique. Cette opinion additionnée au rejet de l'humour fait que l'image n°5 d'une capote déguisée en arlequin est la plus souvent refusée.

Parmi les six images les plus rejetées se trouvent également les trois images venant de France qui sont donc toutes refusées, soit parce qu'incompréhensibles, soit parce que faisant appel à des analogies non acceptées. Par exemple le dessin n°6 est refusé très majoritairement parce qu'il fait trop référence à la drogue.

Quant à l'image n°1 (à la fois choisie et refusée par un grand nombre de sujets) elle est caractéristique de la difficulté de faire passer des messages clairs. Si l'image du serpent est admise par beaucoup comme évocateur du danger et de la mort, le dessin des deux couples est à la fois compris comme une prévention contre le vagabondage sexuel et une incitation au multipartenariat (un jeune a trouvé l'image choquante à cause de la nudité des personnages). Cependant cette image ainsi que la n°8 sont souvent citées positivement parce que « *elles peuvent se comprendre sans texte* ».

Le panneau de coiffeur fait l'objet des mêmes réserves : les jeunes approuvent le côté « *mode de coiffure = mode des préservatifs* », mais craignent une incitation au vagabondage et évoquent également le problème d'une désignation des coiffeurs comme source de contamination. Compte tenu du rapport entre se faire une belle coiffure et aller voir (draguer) les filles, ils approuvent le fait que ces coiffeurs puissent être des promoteurs ou des vendeurs de préservatifs.

Certaines images semblent entraîner une adhésion avec réserves, en particulier les images n°9 (*un préservatif vaut mieux que deux*), n°11 (panneau de coiffeur) et

n°12 (jaquette de « *Chaussez Capote* ») ; ces images paraissent plus destinées à un public ciblé et essentiellement plus âgé. De même les peintures de Diarra (n°10 et 13) semblent plus convenir comme support de discussion que comme affiche, car le contenu étant complexe et multiple, le « *lecteur* » risque de donner de l'importance à des détails et de ce fait modifier la signification de l'ensemble.

Pour la séance en zone rurale, certains ont évoqué un palabre et même une dispute, un enterrement, d'autres l'arrestation d'un guérisseur, d'autres enfin un marché avec des fruits ou encore la fuite des villageois provoquée par l'arrivée des gens de la ville. À propos de cette image n°10 une remarque est revenue souvent « *il faut que les vieux favorisent et utilisent le préservatif* ». La référence à l'arbre est positivement appréciée : l'arbre donne des fruits gratuits et des médicaments, il est fécond, précieux, sert à la « *palabre* », mais les capotes dans l'arbre ont rarement été vues comme telles ; les jeunes y ont vu des bougies, bananes, seringues, fleurs, préservatifs déjà utilisés et jetés, du « *venin du Sida* », des signes de Sida ou des feuilles atteintes de Sida.

L'image n°13 a provoqué moins de commentaires mais il y a eu des confusions entre les lieux de vente et les lieux à « *risquer* » ; certains n'ont pas vu les références à la lutte contre le Sida. À partir de ce tableau un grand nombre de jeunes (hommes) ont manifesté une méfiance manifeste contre les femmes ou les filles pour leur intervention dans la diffusion du Sida, méfiance pouvant aller jusqu'à évoquer un rejet social.

Un thème retrouvé assez fréquemment dans les commentaires est la contraception (et la relation sexuelle), cela est particulièrement net pour l'image n°12 du dessin de la capote fusée avec la terre, mais ces références ont aussi été faites à propos des tableaux n°10 et 13, et de l'image n°4 « *I love You* ».

Il faut aussi veiller à la précision des détails : les taches remarquées sur le personnage Sida du combat contre le préservatif ou celles retrouvées sur le couple habillé en capote sont considérées souvent comme des signes de maladie. Un élève pense que le guérisseur vend de faux préservatifs car le dessin représentant ces préservatifs est incomplet, un autre que le préservatif du dessin n°8 du combat n'est pas déroulé totalement, certains discutent de la véracité du cerveau représenté sur le dessin n°6, etc.

Enfin une dernière question concernait le choix entre les deux supports utilisés pour faire la démonstration du mode d'emploi des préservatifs ; une statue représentant un couple dans l'image n°10 et un pénis en bois dans l'image n°13. Les avis sont très partagés, 44 choisissent le couple et 40 le pénis sans différence selon l'âge. Ceux qui choisissent le couple apprécient le message direct « *c'est réel* » et ceux qui choisissent le pénis apprécient la clarté du message « *c'est explicite* ». Un certain nombre de commentaires sur la statue du couple relativise son intérêt: cette image « *est mieux adaptée aux analphabètes* » mais elle a un caractère sacré qui pourrait être condamné par les traditionalistes. Un jeune a souligné qu'une telle statue fait référence à des personnes mortes, ce qui est contradictoire avec le but poursuivi.

Remerciements

Les auteurs remercient Mesdames C. Bruneton et M. Diabaté qui nous ont fourni les dessins des concours de Dabou et du lycée classique d'Abidjan.

Références

1. Vautrin-Soares E. Rapport d'activité : Phase Prétest. Montpellier : Orstom, 1993.
2. Deniaud F. Jeunes et préservatif à Abidjan. Un exemple de recherche d'ethnoprévention du Sida et des MST. In : Dozon JP, Vidal L, eds. *Les sciences sociales face au Sida. Cas africains autour de l'exemple ivoirien*. Abidjan. Ed. Orstom/Gidis. CI, 1993 : 111-34.
3. Moatti JP, Beltzer N, Dab W, et al. Approche évaluative des campagnes nationales d'information pour la prévention du Sida. L'exemple français. *Cahiers Santé* 1992 ; 2 : 191-201.
4. Chan Kam C, Guillaume A. Sida : Une enquête de comportement à l'île Maurice. *Cahiers Santé* 1991 ; 1 : 135-40.
5. Baillon F. Élément pour une recherche sur la communication visuelle en Côte d'Ivoire. Abidjan, 1974.
6. Vettrano-Soulard MC. *Lire une image*. Paris, Armand Collin éd. 1993.
7. Testa J. Enquête sur les attitudes, pratiques et croyances sur le Sida chez les chauffeurs routiers du Burkina Faso. *Cahiers Santé* 1992 ; 2 : 330-4.

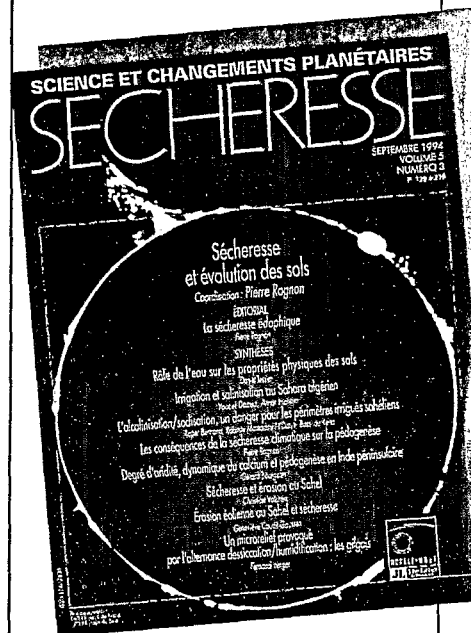
Résumé

L'affiche demeure dans la prévention contre le Sida un moyen médiatique privilégié. Mais encore faut-il que les messages préventifs qui y sont diffusés soient adaptés aux réalités du terrain et bien compris par la population ciblée. C'est le principal enseignement tiré du présent travail effectué auprès de 120 élèves ivoiriens de la région de Bouaké et portant sur la perception de onze dessins réalisés par des jeunes Français et Ivoiriens et deux peintures d'un artiste ivoirien (I. Diarra).

En effet les résultats obtenus révèlent que les sujets privilégient avant tout des représentations claires, simples et directes du Sida et en particulier lorsqu'elles sont en rapport direct avec des scènes de la vie courante. Au contraire les dessins montrant une analogie entre Sida et humour, Sida et amour (dessins français), préservatif et gris-gris, habit et protection sont refusés. On note par ailleurs que le milieu et l'âge des élèves n'interviennent pas dans le choix (ou le rejet) des images ; de même la couleur ne semble pas non plus constituer un élément déterminant dans la décision des sujets.

Les enseignements tirés de ce travail soulignent aussi la difficulté de faire passer un message à un public trop général et la nécessité de privilégier des images adaptées à un public ciblé. Manifestement conscients des dangers de la maladie, ces jeunes Ivoiriens refusent donc tout message rassurant ou inversement alarmiste sur le Sida, et expriment leur perplexité devant toute image trop compliquée ou trop abstraite.

GL BALEMENT
TOUTES LES SCIENCES



- Agronomie, élevage, écologie
- Climatologie, météorologie, hydrologie, géographie
- Pédologie, géologie
- Urbanisme, aménagement du territoire, architecture rurale
- Santé de l'homme et de l'animal, nutrition
- Biologie, génie génétique
- Sciences de l'ingénieur
- Éducation, communication
- Droit international

SCIENCE ET CHANGEMENTS PLANÉTAIRES SECHERESSE

1994 - 4 numéros par an -
Particuliers : 300 FF - Institutions : 510 FF
Étudiants : 220 FF
(50 % de remise : Afrique, Asie, Amérique du Sud, Haïti)

Nom
Fonction
Adresse complète

- Je désire m'abonner au tarif de FF (joindre le règlement)
 Je désire recevoir un numéro gratuit

A retourner à :
JOHN LIBBEY EUROTEXT
127, avenue de la République
92120 Montrouge - France
Tél. : 46.73.06.60 - Fax : 40.84.09.99

John Libbey
EUROTEXT