

« Nouveaux troubles et pathologies émergentes : quels objets, quelles méthodes, quels concepts pour les sciences sociales de la santé et de la santé mentale »

Proposition de communication

Les témoignages des « binge drinkers » : la mise en visibilité d'une nouvelle conduite d'alcoolisation adolescente dans la presse quotidienne

Audrey ARNOULT

Docteure en Sciences de l'Information et de la Communication

Audrey.Arnoult@univ-lyon2.fr

Affiliation :

Laboratoire ELICO (EA 4147)

Sujet de thèse (soutenue en décembre 2011) : La médiatisation des troubles liés à l'adolescence dans la presse quotidienne nationale française (1995-2009) (dirigée par Isabelle Garcin-Marrou)

La consommation d'alcool est un comportement légal qui n'est pas nouveau. Souvent associée à la festivité et à la sociabilité - notamment à l'adolescence - une consommation excessive et/ou régulière peut s'avérer dangereuse. En outre, elle témoigne parfois d'une forte détresse psychique, d'un rapport problématique à l'existence que les jeunes cherchent à combler avec l'alcool. Face aux nouvelles modalités de consommation, le terme de *binge drinking* s'est imposé dans le champ scientifique, médiatique puis politique pour désigner une alcoolisation excessive et rapide, visant l'état d'ivresse¹.

Nous souhaitons interroger la médiatisation de ce nouveau comportement en nous intéressant plus précisément à la publicisation, dans la presse écrite, des témoignages des adolescents qui s'alcoolisent de façon excessive. Il s'agit de comprendre à la fois les significations que les jeunes confèrent à leurs pratiques et la mise en sens qu'en propose la presse quotidienne nationale autrement dit quelles représentations construisent les journaux d'une conduite qui s'inscrit dans un contexte festif, entre pairs, à un âge de construction identitaire mais qui témoigne parfois d'un profond mal-être ? Nous faisons l'hypothèse d'un décalage entre la « mise en visibilité »² opérée par les quotidiens et la signification que les jeunes attribuent à leur conduite : les premiers construiront un discours structuré par les représentations de l'alcoolisme tel qu'il était pensé au XIX^{ème} siècle tandis que les adolescents tendraient à mettre en avant les effets positifs liés à leur consommation, occultant les risques encourus.

Pour travailler cette hypothèse, nous analysons un corpus de 50 articles de presse quotidienne nationale (*Le Monde, La Croix, Le Figaro, Libération* et *L'Humanité*) publiés entre 2000 et 2012³ ; cette temporalité permettant d'appréhender la « mise en visibilité »⁴ dont cette conduite fait l'objet. Notre méthodologie se fonde sur la sémiotique narrative greimassienne et l'analyse lexicale. L'analyse narrative est articulée au concept sociologique de carrière⁵ et permet de voir sur quelles phases du boire⁶ se focalisent les journaux et les adolescents. L'analyse lexicale constitue un travail sur l'aspect langagier des discours pour étudier - entre autres - comment les jeunes qualifient et décrivent leur consommation.

¹ En 2004, l'OMS a défini une consommation épisodique massive comme l'absorption d'au moins 60gr d'alcool en une même occasion.

² DELFORCE, Bernard, « La responsabilité sociale du journaliste : donner du sens », *Les cahiers du journalisme*, n°2, décembre 1996, p. 28.

³ Nous sélectionnons notre corpus en fonction de la présence du mot-clé *binge drinking* (ou d'un synonyme) dans les articles de presse.

⁴ DELFORCE, 1996, *op. cit.*, p. 28.

⁵ BECKER, Howard, *Outsiders : études de sociologie de la déviance*, Paris, Editions Métailié, 1985.

⁶ Ces différentes phases du boire ont été identifiées par la sociologue Sophie Le Garrec sur le modèle de la carrière de Becker (LE GARREC, Sophie, *Ces ados "qui en prennent" : sociologie des consommations toxiques adolescentes*, Toulouse, Editions des Presses Universitaires du Mirail, 2002).