



AVEC LE SOUTIEN FINANCIER DE LA

COMMISSION
DES COMMUNAUTÉS
EUROPÉENNES

LIGNES LIGNES LIGNES LIGNES

● 1 2



VERSION FRANÇAISE
N° 12 - 3^{ème} SEMESTRE 2002

FONDATION EUROPÉENNE DES SERVICES
D'AIDE TÉLÉPHONIQUE DROGUES



Notre contrat actuel avec la Commission Européenne s'étendra sur une durée de 21 mois; il a démarré le 1er novembre 2001.

Les changements et les développements qui se produisent sur le plan de la technologie représentent un moment particulièrement passionnant pour la FESAT. Notre organisation offre à ce niveau un forum permettant une meilleure adaptation à un environnement en perpétuel changement.

Les services d'aide téléphonique constituent une source d'information précieuse concernant les nouvelles drogues et les nouvelles tendances. Le projet de Monitoring de la FESAT dont l'objectif est d'assurer un monitoring des informations, sera poursuivi durant le contrat actuel.

La FESAT a été en contact avec l'Observatoire Européen des Drogues et de Toxicomanies (OEDT) de Lisbonne concernant la récolte de données effectuée dans le cadre du projet de Monitoring mené par la FESAT; les données que notre projet offre devraient être considérées comme complémentaires aux autres données récoltées au niveau national ou international dans ce domaine.

Parmi les différentes tâches de ce contrat, sera également développée une étude sur les services téléphoniques "ad-hoc" et leurs réponses aux besoins "périodiques" d'informations sur les drogues, comme c'est, par exemple, le cas des services mis en place lors de campagnes médias ou encore les lignes téléphoniques ouvertes à d'autres cultures (langues), etc.

En tant que réseau, la FESAT, poursuit son élargissement et réunit pour le moment 47 services issus de 18 pays européens. Cette collaboration se traduit aussi par des échanges d'expérience et de pratiques de travail à travers un système de bourses; système qui se poursuivra durant le contrat actuel.

Une évaluation externe de la FESAT sera menée durant ce contrat. Elle a comme but de nous fournir un appui et un outil nous permettant de trouver la manière la plus efficace de consolider et développer notre réseau.

Rosaleen Hanton,
Présidente de la FESAT
Coordinatrice de la "South East Regional
Drug Helpline", Waterford, Ireland

SOMMAIRE

- 3 **DUPÉ ?**
Tom Evenpoel
- 4 **IMPACT DES MODIFICATIONS LÉGALES AU ROYAUME-UNI**
Mark McLean
- 5 **NOUVELLES TECHNOLOGIES DANS UN DISPOSITIF DE CONSEIL**
Gabriele Gottwald-Nathaniel
- 9 **COMPARAISON DE DEUX CAMPAGNES MÉDIATIQUES DE PRÉVENTION**
Infor-Drogues
- 15 **ENTRE LES LIGNES**
Patricia Pissara
- 16 **LE DÉVELOPPEMENT DES SERVICES TÉLÉPHONIQUES DE CONSEIL EN MATIÈRE DE DROGUES EN ALLEMAGNE**
Hans-Volker Happel

LIGNES

Lignes n° 12 - 3^e Semestre 2002

Rédaction, Abonnements :

FESAT - Bureau Permanent
19, Rue du Marteau
1000 Bruxelles
BELGIQUE

Tel.: (32) 2 219 28 87

Fax: (32) 2 219 14 98

E-mail : fesat@skynet.be

http://www.fesat.com

Comité d'édition :

Philippe Bastin, Mark Mc Lean,
Mariana Musat

Editeur :

Fondation Européenne
des Service d'Aide Téléphonique
Trimbos-instituut
Postbus 725
3500 AS Utrecht
Pays-Bas

Graphisme :

Interlignes, Nivelles - Belgique

Traductions :

Philippe Bastin

Support :

Avec le support financier de la
Commission des Communautés
Européennes.

"Ni la Commission des Communautés Européennes, ni aucune personne agissant au nom de celle-ci n'est responsable de l'usage qui pourrait être fait des informations ci-après".

“DUPÉ⁽¹⁾ ?”

«Club Health 2002», la «Deuxième conférence internationale concernant la vie nocturne, l'usage de substances et les questions de santé s'y rapportant» s'est tenue à Rimini, Italie, du 24 au 27 mars 2002.

Des membres de la FESAT, parmi lesquels la Drugs Informatielijn hollandaise, ont participé à cette conférence et la Druglijn de Bruxelles, (Belgique) a eu l'opportunité de présenter sa campagne concernant les «party drugs⁽³⁾» durant une session consacrée aux «campagnes et clubbing⁽⁴⁾». Le texte ci-dessus est un extrait de cette présentation.

Une campagne de conscientisation à destination des «clubbers⁽²⁾» et des professionnels de la vie nocturne.



Parmi les 10.000 appels reçus chaque année par la Druglijn (le service d'aide téléphonique «drogues» flamand), plus de 30 % concernent des questions sur les «party drugs». Les idées fausses des appelants à propos de l'ecstasy et les «party drugs» sont quelques fois frappantes. La Druglijn remarque qu'un certains nombres de clubbers sont encore convaincus que l'aspect des poudres ou des pilules donne une indication de leur composition, de leur qualité ou de leur «sécurité». La Belgique a été confrontée à deux cas de décès dus à la PMA au cours de l'été 2001. Ces incidents tragiques ont montré combien la taille, la forme, le logo ou la couleur des pilules pouvaient être trompeurs (les comprimés de PMA ressemblent à des comprimés normaux d'ecstasy et mentionnent même les lettres «XTC») et ont accru l'urgence pour la Druglijn de lancer une campagne de conscientisation sur les «party drugs».

La campagne de promotion de la santé relative à la vie nocturne était la première de ce type dans les Flandres. Elle a été organisée en col-

laboration étroite avec des professionnels du monde de la «dance», avec lesquels des contacts avaient été établis au cours des années antérieures. Le point de départ fut le respect de la «dance» en tant que style de vie positif et créatif pour toute une génération de jeunes et s'étendant bien au-delà des limites de l'industrie de la vie nocturne.

Les buts principaux étaient de sensibiliser et d'informer. «Vous ne savez jamais ce que vous prenez» et «Soyez informés» ont été les slogans principaux de cette campagne. Des informations courtes et factuelles sur les drogues de sortie devaient amener les clubbers à penser à ce

qu'ils savaient réellement à propos de ces drogues. Excepté certains conseils basiques de réduction des risques, tout le matériel de la campagne mentionnait le numéro de téléphone de la Druglijn qui permettait de recevoir un soutien personnel et de l'information. La communication du numéro du service d'aide téléphonique a offert la possibilité à chacun d'accéder à une information ou des conseils personnalisés et taillés sur mesure.

La Druglijn a choisit une stratégie de communication «d'impulsion et d'appel⁽⁵⁾». La stratégie «d'impulsion» était destinée à atteindre les clubbers. Elle impliquait de la publi-

(1) Traduction française du titre, flamand, de la campagne, «Bedrogen?».

(2) Clubbers – personnes qui fréquentent les méga-dancings et discothèques.

(3) Party drugs – drogues consommées lors des sorties.

(4) Clubbing (to go c.) – aller en boîte.

(5) «Push and pull strategy».

“DUPÉ ?”

citée dans les principaux magazines «dance» et la distribution d'affiches, d'autocollants et de flyers dans les réseaux de distribution de flyers relatifs à la vie nocturne. La stratégie «d'appel» avait pour objectif d'accroître l'intérêt de tous les intermédiaires impliqués et de les inviter à participer aux actions à un niveau beaucoup plus local. Un mailing adressé aux propriétaires de clubs et de magasins, aux clubs de jeunes, aux jeunes travailleurs aussi bien qu'aux intervenants en prévention offrait l'opportunité de commander un kit d'information gratuit sur les «party drugs». Ceci a entraîné un taux de réponse de presque 50 %.

La stratégie « d'appel » était aussi une tentative pour trouver des partenaires permettant le développement de stratégies et de politiques

de prévention à plus long terme. Il en a ainsi résulté certaines collaborations intéressantes incluant «I Love Techno». Avec plus de 30.000 clubbers, c'est le festival techno indoor le plus grand d'Europe. La Druglijn était présente avec un mur de projection vidéo énorme, des posters dans les toilettes et la distribution de 20.000 cartes au format poche. La collaboration avec I Love Techno et d'autres organisateurs a eu pour résultat l'obtention de facilités dans plusieurs grands événements musicaux dance en Flandre (par exemple : distribution gratuite d'eau, meilleur contrôle de la température ou meilleure coordination des mesures de sécurité en général).

De telles collaborations avec des professionnels de la vie nocturne permettent une meilleure coordina-

tion d'une foule de mesures (depuis la formation des staffs d'entrée à la fourniture d'eau, en passant par des campagnes de prévention, la sécurité incendie, des chill-outs sûres, etc.) et sont les meilleures garanties de prévention des incidents en matière de drogues. Ce qui permet un environnement plus sûr de la vie nocturne pour un grand nombre de jeunes qui pratique le clubbing à travers toute l'Europe. Un des buts principaux de la conférence «Club Health 2002» était d'élaborer un document intitulé «Lignes de conduite internationales pour protéger la santé dans l'environnement nocturne». Pour obtenir plus d'information sur ces lignes de conduite, ainsi que sur certains liens intéressants à propos des «party drugs», consulter www.clubhealth.org.uk

Mark McLean - National Drugs Helpline - Royaume-Uni

Drogues

IMPACT DES MODIFICATIONS LÉGALES SUR LES SERVICES D'AIDE TÉLÉPHONNIQUES

Les modifications légales envisagées au Royaume Uni concernant l'offre et la détention de cannabis ont eu un impact réel sur les demandes adressées aux services d'aide téléphonique du pays. Les parents, par exemple, ont manifesté beaucoup d'inquiétude quant à la crédibilité des «signaux» adressés ainsi à leurs enfants. Les professionnels sont préoccupés par la validité du maté-

riel éducatif relatif aux drogues suite à ces annonces. Et, la façon dont les médias ont rapportés les intentions du Gouvernement a provoqué beaucoup de confusion selon les témoignages de nombreux appelants.

Le Royaume Uni n'est pas le seul pays à envisager des modifications de ses lois en matière de drogues et ses services d'aide téléphoniques ne

sont pas les seuls à devoir envisager la façon de réagir à ces changements ainsi qu'à la façon de réagir aux réactions des appelants à ces changements. Nous souhaiterions connaître les expériences des services téléphoniques d'autres pays sur ces questions dans le cadre d'un article à paraître dans le prochain numéro de LIGNES. Vos contributions sont à envoyer à Mark McLean, à l'adresse suivante mmclean@healthwise.org.uk

Autriche – Vienne – Réunion Nationale, 21 juin 2002

LES NOUVELLES TECHNOLOGIES DANS UN DISPOSITIF DE CONSEIL

*Standards pour le conseil
par e-mail.*

En coopération avec le service associé de la FESAT, Check It, le membre autrichien du Conseil d'Administration, «Treffpunkt» de l'Institut Anton Proksch, a organisé la première rencontre nationale consacrée au sujet ci-dessus, à Vienne, le 21 juin 2002.

Un questionnaire était joint à l'invitation afin de dresser un tour d'horizon approximatif de la façon dont le conseil par e-mail était actuellement abordé en Autriche.

A coté des «aspects légaux», beaucoup de questions ont concerné «l'éthique dans le cyberspace». Lors d'une prochaine rencontre professionnelle consacrée au «conseil par e-mail» qui se tiendra à Vienne, en septembre 2002, des échanges plus approfondis sur ces deux sujets – parmi d'autres – seront possibles.

Lors de cette rencontre nationale, tous les participants ont jugé important de maintenir l'insistance sur la formation complémentaire des professionnels, par exemple en tant que «conseiller e-mail», de façon à ce qu'ils soient particulièrement préparés pour travailler avec ce nouveau médium, avec toutes ses particularités et ses limites. A l'automne 2002, une réunion sur

différents sujets sera organisée afin de répondre aux souhaits d'accroissement du travail en réseau qui s'est déjà mis en place de façon informelle.

Les objectifs définis et les différentes discussions sur le sujet visaient à trouver un consensus de base, à développer plus avant les discussions internes au niveau des différentes institutions ainsi que l'échange d'information entre elles – et au-delà des frontières nationales.

Les participants ont exprimé un besoin prononcé de formations supplémentaires spécifiques concernant le conseil par e-mail. Les sujets de formations professionnelles complémentaires suivants ont été détaillés :

- Le caractère expressif et les formes d'expressions à employer dans ce nouveau médium électronique (usage du langage spécifique de ce médium; communication spécifique concernant l'âge et la terminologie de la «scène»; non-usage du subjonctif; interprétation des textes – qu'est ce qui était et qu'est ce qui n'était pas spécifiquement abordé dans un e-mail ? où se situent les limites dans l'interprétation du texte, où commence le domaine de la spéculation ?).

- Techniques de conseil par e-mail – comment répondre de manière concise ; comment traiter les crises existentielles.
- Le savoir-faire technique.

Ci-après suivent les résultats des trois groupes de travail.

Groupe de travail – A – Caractéristiques spécifiques, forces et faiblesses du conseil par e-mail.

**Les
caractéristiques sont :**

- Rapide, non obligatoire, rentable.
- Médium direct; disponible 24 h/24 – le demandeur peut agir sur une impulsion spontanée (serait frustré par les répondants téléphoniques ou par les périodes d'attente quand il est en recherche de contact).
- Pas de peur des barrières : le sentiment de culpabilité ou l'impression de poser une question stupide ne sont pas présents > question/problème peuvent être articulés plus facilement (avantage pour le demandeur).



NOUVELLES TECHNOLOGIES

- Anonymat apparent – test possible du comportement du demandeur (concernant le rôle/le changement d'identité).
- Offre la possibilité de tester les institutions et /ou les conseillers individuels.

Les points forts sont :

- Le fait d'écrire soi-même aide à structurer et clarifier la demande.
- Les demandeurs posent uniquement la question à laquelle ils souhaitent une réponse, ils ne sont pas directement confrontés au conseiller qui pourrait dans ce cas aborder d'autres éléments.
- L'utilisateur peut sélectionner dans Internet n'importe quel service dans lequel il a confiance (= non lié à l'aire géographique).

Les points faibles sont :

- Pour le conseiller : aucunes autres informations que celles qui sont écrites (pas de mimique, gestuelle, langage...).
- Dépense de temps importante pour répondre à l'e-mail, car il est nécessaire de «s'imprégner» du cas.
- Insécurité du conseiller quand le questionnement n'est pas précis = malentendu.
- Le conseiller manque de «qualifications» puisque des formations professionnelles spécifiques ne sont pas encore disponibles.
- Manque de connaissance et/ou d'expérience – le médium Internet est lui-même trop jeune.
- Manque de standards : qui peut conseiller ? Question légale (par exemple responsabilité, des affaires criminelles en rapport avec ce sujet commencent à apparaître...).
- En partie, structures organisationnelles inadéquates => qui lit/répond aux e-mail ? Ressources manquantes = offre complémentaire sans financement propre (où le temps nécessaire peut-il être économisé ?).
- Langage spécifique de l'Internet : beaucoup d'abréviations, insécu-

rité stylistique (façon de s'adresser, mise en majuscule ou non...).

- Pour le demandeur : anonymat actuel non garanti (possibilité de le retrouver).
- Pas de contrôle concernant celui qui répond à mes questions.

Les conditions requises qui sont suggérées :

- L'organisation qui propose le conseil par e-mail doit clairement définir la responsabilité pour ce service.
- Possibilité d'échange (partage à propos du maniement des demandes, faire le point à propos des cas).
- Protection du conseiller (clarification légale).
- Documentation et évaluation (catégorisation des e-mails entrants) = collecte de données pour attirer des ressources financières complémentaires pour ce service.

Feed-back en guise de conclusions et mode de travail ultérieur :

- Planning des dates de rencontre/clarification des possibilités de financement.
- Mémo pour la rencontre de printemps.
- Sélection d'experts juridiques (envoi de questions préparées avec demande de réponse pour nourrir les débats).
- Probablement la mise en réseau avec e-beratung@netbridge.at

Groupe de travail

– B –

Standards de réponses aux demandes par e-mail (caractéristiques de qualité, concepts)

Les questions suivantes ont été abordées à de nombreuses reprises durant la discussion :

- Comment les institutions procèdent-elles pour le conseil par e-mail.
- Quelles formes de langage et de communication sont/ou non appropriées pour répondre aux questions.
- Comment le conseil par e-mail a-t-il été initié et/ou organisé ?

Certains participants ont exposé comment ils organisent leur travail de conseil par e-mail.



Treffpunkt classe les e-mail entrant en catégories :

- Ceux qui peuvent être gérés plus efficacement par d'autres institutions ou pour lesquels l'information disponible est suffisante comme réponse – ceci est fait par la secrétaire, qui les oriente selon les directives internes.
- Les questions qui réclament une réponse plus en profondeur sont analysées par l'équipe le lundi suivant, les réponses ne se font pas plus tard que le mardi. Pour cette procédure, il est opéré de la même manière que lors d'une première interview.

Waggon Mödling est relié à www.rbx.at de Rennbahnxpress et est responsable pour les domaines : milieux de vie, toxicomanies, questions légales, école/travail, violence et famille. Les e-mails sont imprimés et enregistrés. Chaque membre de l'équipe qui a du temps répond aux questions qui sont arrivées. Il n'y a pas d'examen en équipe, mais le délai de réponse fonctionne bien (maximum deux jours). Le soutien apporté doit être, en premier lieu,

l'encouragement et ensuite des références sont faites à d'autres institutions de conseil.

FSW fourni l'accès à 19 experts concernant des matières sélectionnées au travers du portail www.drogenhilfe.at. Les demandes sont transmises par le staff de direction aux experts, qui sont responsables de la réponse, et qui ne répondent pas toujours rapidement.

Le Forum rat&hilfe of Wien Xtra a beaucoup de sujets brûlants et de demandes à travailler. Les membres de l'équipe travaillent en équipes successives. Tous les sujets qui concernent les jeunes sont classés en catégories. Le nombre de cas signalés par mail concernant le suicide et l'auto-agression a accentué la nécessité de directives. L'équipe a développé un modèle concernant le travail pratique qui n'existe pas encore sous forme d'écrit. Par exemple, le jargon des jeunes ne sera pas imité, mais cependant, une réponse en compliance avec le ton de l'envoi sera faite. Les phrases d'ouvertures et de fins de texte (au revoir) sont importantes; une attention particulière y est consacrée même si une directive standard n'existe pas. Aucune demande ultérieure ne sera systématiquement faite – l'établissement d'une relation avec l'utilisateur n'est pas désiré et/ou l'interaction, n'est en général pas encouragée. Les messages du staff sont clairement marqués. Le recours à la censure est discuté avec la direction. Il est souhaitable que l'équipe puisse discuter des cas et de la façon de les traiter – mais ceci n'est pas possible à cause du travail par équipe (rotation) et du manque de temps. La direction n'a pas encore réalisé que le travail online requiert une compétence spécifique et continue à baser sa confiance sur le principe de transférabilité, caractéristique du travail de contact de personne à personne (qui est encore offert).

A VWS (Verein Wiener Sozialprojekte CheCKIT) un groupe

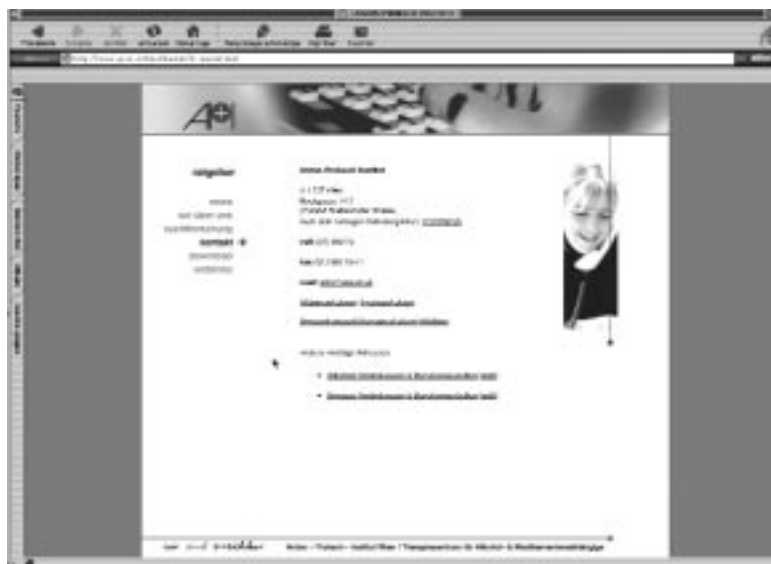
de travail de 4 personnes a rassemblé des directives concernant le conseil par e-mail. L'objectif est l'assurance de qualité et l'information des membres de l'équipe. Le guide complet devrait être disponible par les coordinateurs des e-mail (2 par institution). Vingt-sept heures furent consacrées à traiter les points suivants :

- Qu'est-ce qui est possible ou non par les e-mails, en comparaison avec la communication entre personnes en présence.
- Procédures générales avec réponse.
- Structure et forme du langage pour les réponses par e-mail.
- Classification et traitement des e-mails selon les catégories de questions.
- Quelques points de ces directives : il sera répondu à chaque e-mail, même quand on suspecte un faux. Les e-mails sont classés selon le contenu de la question. Les réponses sont discutées avec les collègues. Dans certains cas, un ton sérieux et digne de confiance sera maintenu alors que dans d'autres une approche «douce» sera choisie : réponse personnal-

sée, référence possible à des contacts antérieurs et lorsque renseigné, le nom du répondant sera utilisé avec référence à l'institution («XY pour Ganslwirt»). La possibilité de conseil ou soutien psychologique personnel est mentionnée. Les demandes spécifiques seront transmises aux meilleurs experts qualifiés concernant le domaine en question.

Les questions sont traitées en second lieu selon la catégorie du demandeur (membre de la famille, multiplicateurs, etc.). La sélection et le traitement des e-mails sont réalisés en premier lieu selon les catégories de demandes :

La première catégorie concerne les mails d'information, c'est-à-dire ceux qui demandent une information limitée, pour lesquels il s'agit de répondre à une question concrète. En complément, des informations plus larges sont offertes concernant la réduction des risques. Si par exemple de l'information concernant la morelle mortelle est demandée, les dangers seront également abordés. Si on ne peut pas répondre à une question pour des raisons professionnelles («comment puis-je forcer mon enfant à...»), alors les raisons en seront expliquées.





NOUVELLES TECHNOLOGIES

La deuxième catégorie concerne les demandes de soutien, c'est-à-dire les e-mails avec un appel explicite à l'aide. Ici, à côté du conseil qui est donné, il sera aussi mentionné que, par exemple, il n'y a pas de solution unique; un soutien général et des encouragements seront donnés. Les interprétations personnelles et les suppositions seront formulées de façon explicite.

La troisième catégorie concerne tous les e-mails restants, par exemple les insultes ou ceux sans réel contenu ou au sujet inapproprié par rapport au domaine traité, etc. On ne peut pas généraliser et/ou la manière dont il faudrait répondre à ces e-mails n'est pas claire : une question du conseiller pourrait ouvrir la porte à l'établissement d'une relation non souhaitable.

L'exemple du «Telefon-Seelsorge Krefeld» («Telephone-Soul Care Krefeld») <http://www.telefonseelsorge.de/wir/index4.html>. Des directives de réponse aux demandes par e-mail ont été établies pour l'ensemble des membres du staff (actuellement encore sous la forme d'un document de travail).

Si vous êtes intéressés, vous pouvez obtenir les grandes lignes de ces directives auprès de VWS-WG ou rat&hilfe ! Ou encore prendre contact avec le membre du Conseil d'Administration de la FESAT api.treffpunkt@aon.at pour recevoir les informations de ce service.

Au court de la discussion, l'idée de ce qui serait un bon titre pour une adresse de site web a été questionnée. «Help» promet parfois beaucoup trop de choses. «Let's talk about drugs» semble assez barbant, mais semble être assez bien accepté par les différents groupes d'âge. En conclusion, les attentes des services de conseil semblent pour le moins trop haute et la responsabilité trop basse.

Parfois, la même demande e-mail est adressée à deux ou plusieurs institutions. La réponse pourrait être

de faire référence aux opinions d'autres professionnels, par exemple, par le biais des liens, de personnes ou de la littérature.

Groupe de travail – C –

Questions a propos des demandes qui peuvent apparaître durant le conseil par e-mail.

- Anonymat (codage ?).
- Protection des données.
- Si manque d'information, fausse information ? – Dans quelle mesure les réponses peuvent-elles être complètes sur le plan du contexte ?
- Qu'arrive-t'il quand une information fausse est donnée – Jusqu'à quel point l'erreur humaine est-elle acceptable ?
- Question de responsabilité – Dans quelle mesure l'intimité de l'envoi est-elle applicable ?
- «Loi en matière de criminalité» (juridiction locale) – Selon la loi,

quel est le «lieux» qui est responsable – le fournisseur d'accès, l'institution de conseil par e-mail – et quelles sont les lois qui prévaudront, de quel endroit ?

- «Loi sur la vie privée».
- Qui est responsable ? L'institution et/ou la direction du projet ou le conseiller qui a répondu.
- Question d'âge – en tant que répondant, on ne connaît pas l'âge du demandeur.
- Pour les personnes mineures, il y a une responsabilité légale concernant le rapport des suspicions de suicide.
- Les dispositifs légaux concernant les déclarations sous le sceau du secret sont-ils applicables ? Le droit de refuser de donner des preuves ?

Comme résultat provisoire de ce groupe de travail, les questions suivantes ont émergés pour une autre rencontre : quelles lois peuvent être appliquées concernant l'installation d'un service de conseil par e-mail (loi en matière de criminalité/loi concernant les médias/code pénal concernant la protection des données/droit civil ?).

Drogenberatung und Vorbetreuung
Spezialambulanz für Substitution
Anton-Proksch-Institut
Radetzkystr.31, 1030 Wien
Tel.00431-7124670, FAX-15, www.api.or.at

COMPARAISON DE DEUX CAMPAGNES MEDIATIQUES DE PREVENTION

Les communications préventives sous leurs différentes formes (affiches, spots, ...) sont des discours sur les drogues. Ils sont produits par certains groupes particuliers, reçus par d'autres et produisent sur ceux-ci certains effets spécifiques. Nous tenterons, modestement, d'analyser ici deux types de campagnes médiatiques qui correspondent chacune à une stratégie de prévention. Notons que les messages préventifs ont un but éducatif. Il est toujours question pour eux d'acquiescer ou de modifier un comportement.

ANALYSE

L'analyse présentée ici est faite par Bénédicte Meiers et Françoise Kinna de l'asbl Question Santé dans la brochure "Images de la santé - Réflexions et enjeux", Question Santé, 1997. En tant qu'association émettrice d'une des deux affiches analysées, Infor-Drogues préfère donner la parole à une analyse "neutre" réalisée par un organisme reconnu et dont c'est une des missions.

Les deux affiches ont été conçues dans le cadre d'une campagne de prévention de la toxicomanie, l'une orchestrée par Infor-Drogues en 1994 (Au fait, la drogue, ça pourrait commencer par le manque de compréhension ?) et l'autre par l'agence Publicis en 1995 (Plus il en prend, plus il est souriant).

1. Ce qu'on nous montre.

Tout d'abord, il faut savoir que l'image est analogique : elle fait sens par ressemblance, par imitation (en cela elle s'oppose au langage verbal

que l'on définira comme digital). La perception d'une image n'est possible que par une comparaison incessante entre ce que nous voyons et ce que nous avons déjà vu; la similitude est la condition sine qua non pour la reconnaître". Le fait d'être analogique implique qu'une image ne peut être qu'affirmative; il lui est impossible de nier puisqu'elle "rend présent".



Dans l'affiche "Plus il en prend" l'image est une photographie; elle représente un visage sans yeux, avec en son centre une bouche découvrant des chicots brunâtres. Montrant une partie d'une personne réelle, on ne renvoie pas à un individu en particulier mais à tous ceux qui représentent les mêmes caractéristiques.

Dans l'affiche "Au fait, la drogue", l'image est un dessin utilisant un minimum de traits : suffisamment pour qu'on puisse reconnaître deux individus en interrelation. Ce qui est montré est stylisé et n'est donc pas de l'ordre de la réalité. Il peut s'agir de n'importe quel individu à la différence de la première affiche qui est clairement caractérisée.

2. Ce qu'on interprète.

Sur le message visuel, se greffe l'interprétation. Il s'agit d'un message subjectif car il dépend de la capacité du récepteur à décoder des facteurs extérieurs tels l'humeur, le temps qu'il fait, etc.

BUREAU PERMANENT

Ms Mariana Musat
Rue du Marceau 19 • B - 1000 Bruxelles
Tel.: (32) 2 219 28 87 - Fax : (32) 2 219 14 98
E-Mail : fesat@skynet.be
Http://www.fesat.org

LA FONDATION EUROPÉENNE DES Réseau

● AUSTRIA

**Treffpunkt Drogenberatung
Anton-Proksch Institut**
Radetzkystr. 31/6
A-1030 Vienna
Tel.: (43) 1 712 46 70
Fax : (43) 1 712 46 70-15
E-Mail : apil;treffpunkt@aon.at
Ms Gabriele Gottwald-Nathaniel
Board Member

**Verein Wiener Sozialprojekte
ChEckIT iT!**
Rotenmühlgasse 26
A-1120 Vienna
Tel.: (43) 1 810 1301
Fax : (43) 1 810 13 019
E-Mail : checkit@vws.or.at
www.checkyourdrugs.at
Mr Gerhard Schinnerl

**Verein Wiener Sozialprojekte
Ganslwirt**
Esterhazygasse 18
A-1060 Vienna
Tel.: (43) 1 586 0438
Fax : (43) 1 586 04389
E-Mail : ganslwirt@vws.or.at
www.vws.or.at
Mr Gerhard Schinnerl

● BELGIUM

Infor-Drogues
19 Rue du Marceau
B-1000 Bruxelles
Tel.: (32) 2 227 52 60
Fax : (32) 2 219 27 25
E-Mail : courrier@infor-drogues.be
Mr Philippe Bastin
Board Member

Druglijn

Tollenaerstraat 15
B-1020 Brussels
Tel.: (32) 2 423 03 44
Fax : (32) 2 423 03 45
E-Mail : Tom.Evenepoel@druglijn.be
Mr Tom Evenepoel

● CZECH REPUBLIC

Civic Ass. SANANIM
Novovysocanska 604A
190 00 Praha 9
Czech Republik
Tel.: (420) 2848 22872
Fax : (420) 26 63 15 306
E-mail : office@sananim.cz
Mr Petr Nosek

● DENMARK

Jyllingevej 7
DK-2720 Vanløse / Copenhagen
Tel.: (45) 387 44 990
Mr Ib Anthonen
Board Member

● FINLAND

Irti Huumeista r.y.
Mariankatu 13A1
SF - 00170 Helsinki
Tel.: (358) 9 684 04 50
Fax : (358) 9 684 04 555
E-Mail : tapio.jaakkola@irtihuumeista.fi
Mr Tapio Jaakkola
Board Member

**HUS / HYKS Drug Dependency
Treatment Unit**
P.O. Box 442
FIN-00029 HUS
Tel.: (358) 9 471 754 83
Fax : (358) 9 471 754 89
E-Mail : Leena.Haili-Nykanen@hus.fi
Ms Leena Haili-Nykanen

A-Clinic Foundation

Fredrikinkatu 20 B 18
FIN-00120 Helsinki
Tel.: (358) 9 6220 2939
Fax : (358) 9 175 276
E-Mail : teuvo.peltoniemi@a-klinikka.fi
Mr Teuvo Peltoniemi

● FRANCE

Drogues Alcool Tabac Info Service
10/16 Rue de la Justice
F-75020 Paris
Tel.: (33) 1 40 32 37 37
Fax : (33) 1 40 32 37 47
E-Mail : b.cohen@drogues-info.fr
Mr Baptiste Cohen

● GERMANY

Auf der Warte 62
D-61184 Karben
Tel.: (49) 60 39-6236
Fax : (49) 60 39 42 937
E-Mail : happel@idh-frankfurt.de
Mr Hans-Volker Happel
Board Member - Treasurer

Drogennotruf 6 2345 I e.v.

Musikantenweg 22 HH
D - 60316 Frankfurt
Tel.: (49) 69 623 451 / 944 1999
Fax : (49) 69 944 1998
E-Mail : drogennotruf@t-online.de
www.Drogennotruf.de
Mr. Ulrich Gottschalk

Notdienst

Ansbacher Strasse 11
D-10787 Berlin
Tel.: (49) 30 218 31 70
Fax : (49) 30 218 99 46
E-Mail : info@drogennotdienst.org
Mr Michael Hoffman-Bayer

● GREECE

Anikti Grammi
73 Solomonidou
GR-16121 Athens
Tel.: (30) 10 36 388 95
Fax : (30) 10 36 098 16
E-Mail : tendetox@hellasnet.gr
Mr Matoula Marinopoulou
Board Member

Direct Drughelpline SOS OKANA

21 Septembriou 3rd str
GR-10432 Athens
Tel.: (30) 10 5224 202
Fax : (30) 10 5224 265
E-Mail : okanakba@otenet.gr
Mr Ioannis Mavromihalis

ITHAKI Helpline

Messinis I & Filelinon
GR-56532 Meteora, Thessaloniki
Ms Athina Sofianou

● HUNGARY

Drog Stop Budapest Egyesulet
BP 1043 Rgzsa u.6
H-1325 Budapest
Tel.: (36) 30 212 8925
Fax : (36) 1 379 2766
E-Mail : gerstodette@freemail.hu
Ms Odette Gerstl

● ITALY

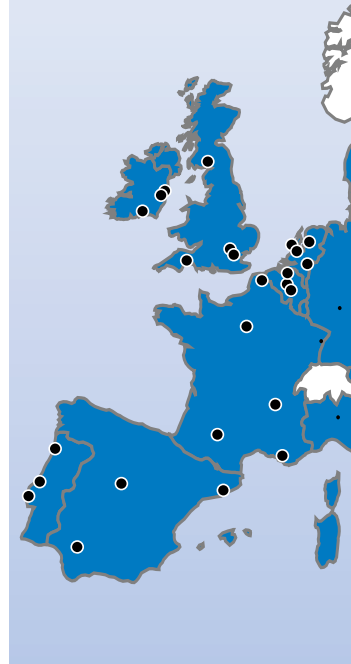
CEAS - Linea Verde Droga
via Marotta 8
I - 20134 Milano
Tel.: (39) 02 2159 7302
E-Mail : lineaverdedroga@libero.it
Ms Carmela Manduzio - Board Member

Telefono in Aiuto

"Fondazione Villa Maraini"
Via Bernardino Ramazzini 31
I - 00151 Roma
Tel.: (39) 06 657 53059
Fax : (39) 06 657 530 302
E-mail : Fondazione@villamaraini.it
Mr Vincenzo Palmieri

Linea Verde Droga

Ufficio Tossicodipendenze
Via Tommaso Campanella, 19
I - 88100 Catanzaro
Tel.: (39) 0961 856 524
Fax : (39) 0961 85 65 84
Ms Maria Vignola



Linea Verde Droga

Sert Distretto 45
Via Terracino 219
I - 80125 Napoli
Tel.: (39) 081 254 8211
Fax : (39) 081 239 3960
Ms Clara Baldassare

C.A.D. Service Legal

Via Apollodoro 3/5
I - 20151 Milano
Tel.: (39) 02 715 960 61
Fax : (39) 02 701 005 24
Mr Vito Malcangi

Drogatel - Dipartimento per gli affari Sociali

Via Fornovo 8, pal C
I - 00192 Roma
Tel.: (39) 06 367 54 366
E-mail: Smattetti@minwelfare.it
Ms Stefania Mattett

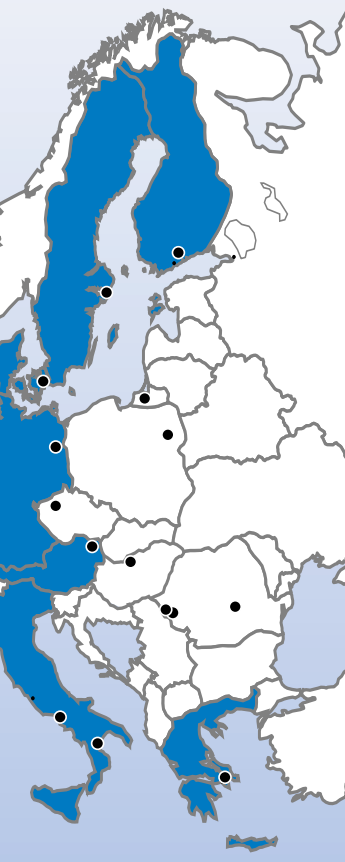
Linea Verde Alcol

CA Alcoolcorrelati
Via Ojetti-20 Distretto N6
I - 20151 Milano
Tel.: (39) 02 33029 701
Fax : (39) 02 33029 826
E-Mail : noadistretto6.asmlmiano@tin.it
Ms Raffaella Rossin

SERVICES D'AIDE TÉLÉPHONIQUE "DROGUES"



FESAT



● SLAINTE DRUG & ALCOHOL SERVICE

57 O'Connell St
IRL - Limerick
Tel.: (353) 61 483 522
Fax: (353) 61 318 637
E-Mail: slainte@eircom.net
Ms Maria McCully

● LATVIA

Confidence Line (Riga Drug Abuse Prevention Centre)

Slokas 31
LV - 1007 Riga
Tel.: (371) 70 373 10
Fax: (371) 70 373 11
E-Mail: Arija.Lodzina@rcc.lv
Ms. Arija Lodzina

● LUXEMBOURG

Centre de prévention des toxicomanies Suchttelefon

3 rue du Fort Wallis
L-2714 Luxembourg
Tel.: (352) 49 77 77
Fax: (352) 40 89 93
E-Mail: cept@ong.lu
Ms Thérèse Michaelis
Board Member - Vice-President

● IRELAND

South East Regional Drug Helpline

52 Upperyellow Road
RL - Waterford
Tel.: (353) 51 37 33 33
Fax: (353) 51 35 47 43
E-Mail: drughelpline@eircom.net
E-Mail: rosehanton@eircom.net
Ms Roseleen Hanton
Board Member - President

Drugs/HIV Helpline

c/o Cuan Dara
Cherry Orchard Hospital
Ballyfermot
RL - Dublin 10
Tel.: (353) 1 62 30 698
Fax: (353) 1 62 06 086
E-Mail: drugshihelpline@eircom.net
Ms Aileen Dooley

Drug Treatment Centre

Trinity Court 30/31 Pearse Street
RL - Dublin 1
Tel.: (353) 1 67 77 11 22
Fax: (353) 1 67 77 90 80
E-Mail: Audrey.Kilgallon@dtch.erha.ie
Ms Audrey Kilgallon

● NETHERLANDS

Drugs Informatielijn

Meerkoethof 40
Postbus 12132
NL-3501 AC Utrecht
Tel: (31) 30 254 4300
E-Mail: Akok@trimbos.nl
Ms Annemarie Kok
Board Member - Secretary

Aids Soa Infolijn

Keizersgracht 390-392
NL-1016 GB Amsterdam
Tel.: (31) 20 62 62 669
Fax: (31) 20 62 75 221
E-mail: BTempert@aidsfonds.nl
Mr Bertus Tempert

LSOVD

Rozenhoflaan 38
NL-7201 AW Zutphen
Tel.: (31) 575 516 663
Fax: (31) 575 545 008
E-Mail: rihel@zeelandnet.nl
Ms Ria Van den Abeele

Stichting Adviesburo Drugs

Entrepotdok 32 A.
NL - 1018 AD Amsterdam.
Tel.: (31) 20 628 79 43
Fax: (31) 20 62 61 602
Mr August De Loor

Alcohol Infolijn

Postbus 500
NL-3440 AM Woerden
Tel.: (31) 348 439 828
Fax: (31) 348 437 666
E-Mail: osmeets@nigz.nl
www.alcoholvoorlichting.nl
Ms Odile Smeets

● PORTUGAL

Linha Vida SOS Droga

Inst Português da Droga e
Toxicoddependência
Av. João Crisostomo, 14
1000 Lisboa
Tel.: (351) 213 104 105
(351) 213 104 106
Fax: (351) 213 104 191
E-Mail: lvidalx@hotmail.pt
Ms Patricia Pissarra
Board Member

Linha Vida Porto

R. Antero de Quental, 353
P - 4050-057 Porto
Tel.: (351) 2 2509 143
Fax: (351) 22507 4899
E-mail: victorsilva@netcabo.pt
Mr Paolo Soares

Provilei

R.Vasco da Gama No15-3º
P-2400 Leiria
Tel.: (351) 244 83 62 36
Fax: (351) 244 83 60 02
Ms Pedrosa

● ROMANIA

Drug Helpline Institute Boli Infectioase "Matei Bals"

Str. Dr. Grozovici no.1, Sect 1
73258 Bucharest
Tel.: (40) 1 212 00 82
Ms Andreia Mateiu

● RUSSIA

Drug Abuse Prevention Center

12 Marata Str.
191025 St Petersburg
Tel./Fax: (7) 812 325 99 15
E-Mail: mailto.office@dapc.sp.ru
Ms Olga Titova

● SPAIN

I.P.S.S.

Calle Joan Miro nº17
segunda planta despacho 6
E-08005 Barcelona
Tel.: (34) 93 412 04 12
Fax: (34) 93 225 45 02
E-Mail: ipss@primustel.es
Ms Rosa Suarez

900FAD (Fundación de Ayuda contra la Drogadicción)

Avda de Burgos, 1 - 3
E- 28036 Madrid
Tel.: (34) 91 302 40 47
Fax: (34) 91 302 59 82
E-Mail: Inform@fad.es
Ms. Celia Prat Pérez

● SWEDEN CAN

Box 70412
S-10725 Stockholm
Tel.: (46) 8 412 46 07
Fax: (46) 8 104 641
E-Mail: bjorn.hibell@can.se
Mr Björn Hibell
Board Member - Vice-President

● UNITED KINGDOM National Drugs Helpline

85-89 Duke Street
UK - Liverpool L1 5AP
Tel.: (44) 151 703 7781
Fax: (44) 151 703 7775
E-Mail: mmclean@healthwise.org.uk
Mr Mark McLean
Board Member

RELEASE

388 Old Street
UK-London EC1V 9LT
Tel.: (44) 207 729 9904
Fax: (44) 207 729 2599
E-Mail: Lynn@release.org.uk
Ms. Lynn Hasleup

Exeter Drugs Project

Dean Clark House.
Southenhay East.
UK - Exeter EX1 1PQ.
Tel.: (44) 13 92 666 722
Fax: (44) 13 92 49 94 58
E-Mail: wyl@edp.eurobell.co.uk
Mr Wyl Lewis

The Mathew Project

24 Pottergate
UK - Norwich NR2 1DX
Tel.: (44) 1603 626 123
Fax: (44) 1603 630 411
E-Mail :
thematthewproject@btinternet.com
Mr Peter Farley



COMPARAISON DE DEUX CAMPAGNES MEDIATIQUES DE PREVENTION

“Plus il en prend, plus il est souriant...”

Le gros plan sur la bouche nous montre “la partie pour le tout” (métonymie). La bouche pleine de dents brunâtres est censée représenter le type du “drogué”. C’est le texte d’accompagnement “Les drogues te consomment” qui permet d’effectuer cette relation. De l’un à l’autre, le raccourci n’est-il pas saisissant ? D’un des effets possibles de la consommation de drogue, on fait le toxicomane.

L’expression de la bouche introduit une ambiguïté : est-ce un sourire, un rire ou un cri de souffrance ? L’image seule ne permet pas de démêler l’énigme. On peut donc se permettre d’interpréter à sa guise, jusqu’à penser que l’ambiguïté est voulue et qu’en matière de drogue, la frontière entre le plaisir et la souffrance est très floue. Si par contre on considère le texte d’accompagnement “Plus il en prend, plus il est souriant”, alors apparaît un sourire. Dans un second temps, on nous dit qu’il est lié à la quantité de drogue prise (plus de l’un entraîne plus de l’autre). A partir de ce moment, le sourire se transforme en cri de souffrance (on associe instinctivement drogue et souffrance sans avoir besoin du “te consomment” du slogan ni de voir l’état déplorable des dents montrées sur l’affiche). Il y a détournement de sens, provocation. Mais pour quel effet : le dégoût, le rejet, la peur ? Et de quoi : de la drogue ou du drogué ? La porte est ouverte à toutes les attitudes possibles.

L’absence des yeux est également signifiante. Les yeux ne sont-ils pas la fenêtre de l’âme, sinon, ce qui permet d’accéder au “cœur” de l’homme ? Ôter l’âme n’est-ce donc pas déshumaniser l’homme ? On nous montre un visage humain littéralement défiguré, “bouffé” par la drogue si l’on se réfère à la mention Les drogues te consomment.

Cette mention est également intéressante en ce qu’elle renverse la proposition “consommer de la

drogue” et induit que l’objet (la drogue) prend le pouvoir sur le sujet (le consommateur) pour l’anéantir, le priver de sa dignité.

En somme, tout concourt dans cette affiche à nous montrer les effets de la drogue, à désigner le mal, à le reconnaître chez les autres au cas où nous ne l’aurions jamais rencontré. Etant donné que toute image imite et qu’en contrepartie elle oriente notre façon de voir (l’imitation montrée est choisie parmi d’autres), on peut se demander quel genre de représentation le récepteur de cette affiche va se faire du drogué après l’avoir vue. Dans ce message analogique, l’interprétation est “forcée” par la mention écrite.

Au fait, la drogue, ça pourrait commencer par le manque de... ?

Le style du dessin, très peu figuratif, à la limite de l’abstrait, est un choix qui peut s’interpréter comme une tentative de s’écarter de l’analogique : on ne veut pas trop coller à la réalité de peur de lui ôter toute sa complexité. On ne veut pas “incarner” l’objet dont on parle, cette incarnation ne pouvant être qu’arbitraire, partielle. On se limite donc aux contours, et encore les contours ont l’air modulables comme de la plastiline : on peut leur donner la forme que l’on veut. Les personnages ne sont pas caractérisés : ni âge, ni sexe, ni type de peau. Il peut s’agir de tout un chacun.

Le style de dessin peut éventuellement nous rappeler un dessin animé qui passait à la télévision dans les années 1970. L’auteur dessinait en direct, on voyait sa main dans le bas de l’image et, à la fin d’une séquence, il faisait disparaître ses personnages en tirant sur le trait, le fil qui les constituait, pour recommencer une nouvelle histoire. Cela ne laisse-t-il pas sous-entendre qu’une intervention serait possible dans le champ qui nous occupe et que si l’on tire sur le bon fil (si on sonne à la bonne porte) on peut

éventuellement recommencer une autre histoire ?

Dans une BD, le phylactère (bulle) qui se termine par des points discontinus indique que le personnage pense. Le lecteur s’introduit donc dans ses pensées et est invité à s’y identifier, à se mettre à sa place. L’affirmation Personne ne me comprend ! et la tête de “calimero” (autre héros de dessin animé) du personnage invite à la compassion, qui signifie littéralement “souffrir avec”.

La phrase d’accompagnement “Au fait, la drogue...” semble redondante par rapport à l’illustration. Elle dit ce que montre le dessin. Selon nous, elle n’apporte aucun élément supplémentaire, si ce n’est un brouillage du point d’interrogation alors que la proposition n’est pas interrogative (si elle l’était on aurait : Au fait, la drogue ne pourrait-elle pas commencer par le manque de compréhension ?).

L’alternance des couleurs rouge/bleu fait penser à l’alternance jour/nuit du logo d’Infor-Drogues. Le bleu/la nuit investit les personnages et nous renvoie peut-être à cette part d’ombre qui est en chacun de nous. Sur cette ombre vient s’imprimer l’invitation Si tu veux, on en parle, suivie de la signature, c’est-à-dire les références de l’émetteur. Le public est personnalisé, on s’adresse directement à lui et il n’est pas livré à lui-même, laissé seul avec le message reçu : si l’affiche évoque quelque chose pour lui, il peut aller en parler avec son concepteur.

3. Les stratégies préventives.

Les styles de discours que nous venons de dégager font référence à l’idéologie de l’émetteur, sa conception de la santé et de la prévention. Estelle Lebel⁽¹⁾ a montré qu’il existe deux types de discours : le constructif (qui peut être soit mythique, soit oblique) et le représentationnel (qui peut être soit référentiel soit substantiel).

(1) Lire son article *Images de la communication pour la santé publique : médiation publicitaire ou éducative, supplément à Recherches en communication*, n° 4, 1995.

Dans ce cadre, on peut dire que l'affiche d'Infor-Drogues est de type constructif-oblique. Le sens est à construire. L'image propose une vision nouvelle du toxicomane, une vision à laquelle le récepteur n'a peut-être pas encore pensé. Elle joue donc l'incongru et le non-immédiat. L'émetteur reconnaît et fait appel à la compétence interprétative du lecteur. On décentre le sujet (la toxicomanie) pour se focaliser sur l'hypothèse d'une cause : le manque de compréhension, de dialogue. Par ce biais, on donne la clé de la meilleure prévention possible, on se situe bien avant l'apparition de toute toxicomanie, et on évite de désigner une victime.

Le type d'affiche constructif-mythique exploite les grands référents culturels populaires en utilisant le slogan. Soit de façon positive, comme par exemple dans les slogans "santé = bonheur", ou jadis "santé = propreté". soit de façon négative, comme "syphilis = hécatombe". L'image et le texte proposent du bonheur ou du malheur tout comme le marchand de chaussures ne vend pas des souliers mais des jolis pieds. Le ton est généralement affirmatif, voire catégorique, et ne supporte pas la contradiction. Un point de vue s'impose sur la santé et la prévention.

L'affiche de l'agence Publicis est du type représentationnel-substantiel. Une réalité/vérité est révélée brutalement. Une émotion forte est proposée à partir des faits représentés, illustrant à la fois la cause et l'effet. C'est le produit qui est mis en évidence et son consommateur est un antihéros. Les caractères substantiels sont exploités par des valeurs esthétiques : le gros plan, la texture du visage, la typographie (qui fait mode, donc jeune). On ne recherche ni l'échange, ni la discussion mais plutôt l'adhésion dans une distance entre l'émetteur (qui est d'ailleurs pratiquement absent de l'affiche) et le récepteur. Par les moyens employés, cette affiche fait référence au mode publicitaire de représentation; la publicité étant



Agence Publicis, 1995

devenue un média culturel dominant dans notre société de consommation. Du côté des représentations de la santé, c'est la maladie qui est mise en valeur. En outre, la représentation du toxicomane est dévalorisante, stigmatisante et il est comme jeté en pâture à la foule, désigné à la vindicte publique. C'est la peur qui est utilisée comme moyen de prévention.

Enfin dans le type d'affiche représentationnel-référentiel (par exemple affiche avec le slogan On peut faire plein de choses sans attraper le VIH ou le sida), la vérité est conçue comme adéquation à la réalité. Les faits sont énumérés et représentés de façon à ce que le récepteur se dise "c'est bien ça, on parle de ma réalité". On vise à représenter le discours comme vrai : discours non abstrait, descriptif, non normatif. Les renseignements sont concrets, anecdotiques; il n'y a pas d'adjectifs ni de slogan. L'illustration et le texte sont très réalistes, presque techniques. Ils se renvoient l'un à l'autre.

Ces exemples montrent que la prévention se construit très différemment selon le type de message. Dans le discours représentationnel, les affiches référentielles seraient plus adéquates par la description réaliste des faits plutôt que par l'exploitation des valeurs esthétiques comme le font les affiches substantielles. Dans le discours constructif, les modèles proposés par les affiches mythiques peuvent apparaître impossibles à atteindre. Les affiches

obliques, en recherchant la participation à la construction du sens, offrent plus de possibilités d'arrimage de l'imaginaire à la prévention.

LA PEUR COMME PREVENTION : L'APPORT SCIENTIFIQUE

Ce chapitre est extrait d'un mémoire de journalisme intitulé "Les dessous d'une campagne de publicité qui fait parler d'elle : les drogues te consomment", Valérie Cincotta, ULB, 1996.

De nombreux programmes de prévention de l'alcoolisme et des toxicomanies, ainsi qu'une grande partie des informations informelles transmises à ce sujet par les adultes sont basés sur des appels à la peur.

Dans leur étude expérimentale, Fritzen/Mazer (1975) comparent un groupe d'élèves ayant été soumis à des messages particulièrement effrayants à propos de l'alcool et un autre groupe exposé à des messages modérément inquiétants. Dans le premier groupe, ils ont mis en évidence, immédiatement après l'expérience, un sentiment de peur accru, mais seulement chez les sujets qui avaient déjà présentés des inquiétudes plus grandes que leurs pairs. Les acteurs ne constatent aucune

différence d'attitude à l'égard de la consommation d'alcool, ni entre les deux groupes, ni entre les sujets craintifs et peu craintifs.

D'autre part, une étude anglaise (London Institute for the Study of Drug Dependence, 1974; cit. par Blum, 1976) compare les effets produits par quatre formes de cours donnés à des jeunes, à savoir :

- a) un cours sur les drogues donné sous la même forme que n'importe quel autre cours par un enseignant;
- b) un film d'orientation médicale sur les "bad trip";
- c) un film-choc biographique sur un toxicomane qui meurt à la fin;
- d) un film d'orientation pharmacologique.

L'étude montre qu'à court terme, les effets sur les groupes d'élèves sont différents selon le matériel utilisé. L'effet immédiat le plus important est provoqué par la projection du film-choc et se traduit par le fait que les élèves affirment leur intention de ne jamais consommer de drogue. Lors d'un test effectué deux mois plus tard, il faut cependant constater que la quasi-totalité des différences entre les groupes ont disparu. De toute évidence, le message effrayant ne permet de modifier les attitudes qu'à court terme. Smart/Feyer (1974) ont fait à cet égard un constat important : l'effet des appels à la peur est fonction du degré de connaissance portant sur la drogue citée, mieux celle-ci est connue et moins l'appel à la peur peut influencer l'intention d'en consommer.

Depuis les années 50, divers modèles ont été développés pour tenter d'expliquer la réaction des gens aux messages suscitant la peur. Dans la plupart de ceux-ci, une certaine dose de peur contenue dans le message veille à ce que le récepteur se rende compte du sérieux d'une menace déterminée (par exemple l'issue fatale du sida) et qu'il/elle reconnaisse qu'il/elle court un

risque. Mais la plupart du temps, il faut plus que la peur pour obtenir que les membres du groupe cible agissent en conformité avec le message de santé. Ils doivent notamment être convaincus :

- qu'en suivant la conduite prescrite dans le message, la menace peut être évitée;
- de l'effectivité de la conduite prescrite et de son efficacité propre. Sans cette effectivité, il y a de grandes chances que le groupe ciblé repoussera le message effrayant. Inversement, il s'avère aussi que sans aucune forme de peur, on peut difficilement motiver les gens vis-à-vis d'une conduite déterminée (Eagly et Chaiken, 1993 / Maibach et Parrot, 1995).

Gerjo Kok, professeur à l'Université du Limbourg, remarque que pour les "laïques" (il appelle ainsi les gens qui ne sont pas au courant de la littérature scientifique), l'incitation à la peur est une méthode efficace en vue d'un changement de comportement. Les laïques donnent souvent l'impression que quand l'information ne passe pas, il faut renforcer le message. Ainsi on entend souvent des commentaires du style "au plus fort, au mieux". Mais, comme le prouvent les diverses expériences précitées, c'est loin d'être le cas.

Ainsi, après analyse, on peut affirmer qu'un constat amer se dégage de la littérature disponible sur la prévention de l'usage de psychotropes. En effet, celle-ci démontre le peu d'efficacité spécifique de cette démarche vis-à-vis de la modification comportementale escomptée (réduction de la demande et de l'usage). Il convient donc d'être très prudent. Les conseils d'experts en matière de prévention et l'étude attentive des diverses recherches semblent constituer l'étape préalable à toute campagne publicitaire.

COMPARAISON ENTRE LES PROGRAMMES DE PREVENTION.

Des études ont été réalisées dans les années 70, afin de connaître les effets de différents programmes de prévention. Prenons par exemple l'étude De Haes et Schuurman en 1975. Ils ont essayé de trouver laquelle des trois approches suivantes était la plus efficace :

- l'approche d'avertissement;
- l'approche informative;
- l'approche centrée sur la personne.

Leur expérience a été réalisée à Rotterdam, auprès d'environ mille jeunes de 14 à 16 ans, provenant de cinquante écoles différentes. Après analyse, il apparaît que les deux premières approches ont un effet pervers. Seule la dernière approche a un effet positif. D'autres études, effectuées par la suite, confortent ces résultats.

Ainsi, toutes ces littératures semblent confirmer le fait que les programmes d'éducation orientés "substance", c'est-à-dire centrés sur les approches "d'avertissement et informative", n'ont soit aucun effet, soit un effet négatif, ayant l'effet pervers inverse de celui escompté.

Par contre, les programmes qui portent leur attention sur les jeunes (qui ils sont, comment ils vivent, leur apprenant à surmonter leurs difficultés au jour le jour, etc.) sont efficaces pas seulement dans la diminution de la consommation de drogues, mais aussi dans leurs comportements rebelles, de recherche d'attention.

ENTRE LES LIGNES

Le 23 mai 2002, au Quartier général de l'IPDT (Instituto Português da Toxicodependência), s'est tenue la Première rencontre nationale des services d'aide téléphonique qui avait comme objectif le partage d'expériences, la promotion de connexions larges entre les différents services d'aide téléphonique ainsi que le développement d'actions communes et de stratégies d'évaluation. Cette rencontre était organisée par "Linha Vida – SOS Droga" et par "Sexualidade em Linha" avec le plein soutien de l'Instituto Português da Droga e da Toxicodependência et de l'Instituto Português da Juventude.

Parmi les 38 services d'aide téléphonique contactés, 32 y ont participé (et seulement un de ceux-ci fut absent). Deux représentants de chaque service étaient inscrits et le nombre total de participants fut de 75. Septante personnes furent présentes, représentant les différents services participants.

La première partie de la réunion s'est déroulée le matin autour de la présentation de tous les services, la façon dont ils étaient organisés, les types d'appels qu'ils recevaient ainsi que certaines informations statistiques.

L'après-midi, les participants se sont répartis dans 5 ateliers différents au sein desquels les sujets suivants furent débattus :

- "Les symptômes du burn-out" – coordinateur : António Maia, du CAT (Drug addiction Support Centre) de Xabregas.
- "Services d'aide téléphonique – Quel type d'équipe ? Formation et supervision" – coordinateur : Patricia Pissarra de Linha Vida – SOS Droga of Lisbon.
- "Appels difficiles" – coordinateur : Nuno Nodin de Linha Vida – SOS Droga de Lisboa.
- "Méthodes d'évaluation" – coordinateur : Vitor Silva de Linha Vida – SOS Droga do Porto.
- "Échange et interdisciplinarité entre les services d'aide téléphonique" – coordination : Isabel Hapetian de Sexualidade em Linha.

Afin d'évaluer la réunion, un questionnaire fut rempli par les participants à la fin de la journée. 48 ques-

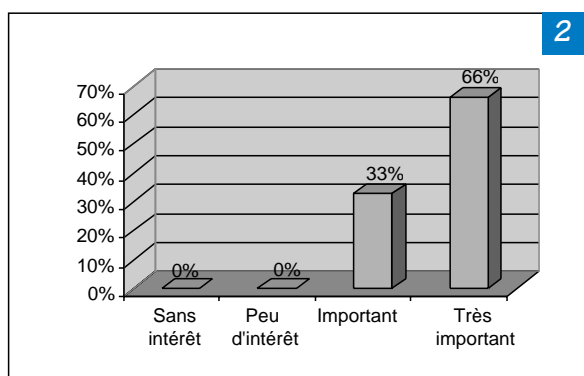
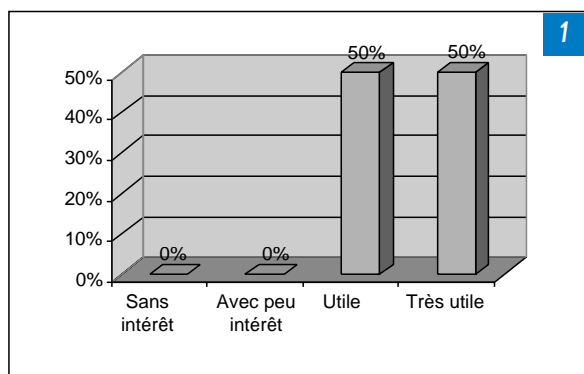
tionnaires furent complétés. Les résultats sont les suivants.

1. Considérez-vous que la réunion a contribué à une plus grande connaissance des services ?

50 % des services ont considéré que la réunion était très utile, tandis que les 50 autres pour-cent l'ont considérée utile quant à la manière de savoir comment des services similaires travaillent.

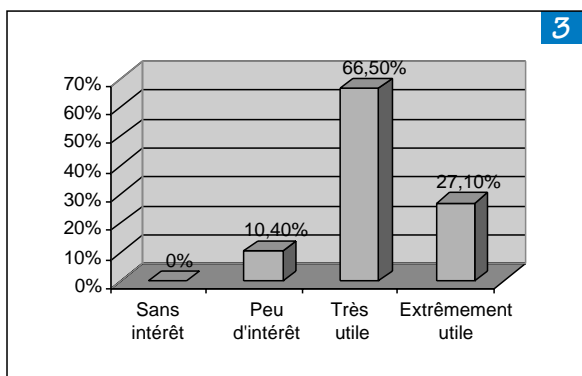
2. Considérez-vous que les sujets discutés étaient intéressants pour votre travail/ service ?

Les problèmes discutés durant la réunion ont été considérés comme très importants par environ 66,6 % des répondants et comme importants par 33,3 % d'entre eux.



3. Considérez-vous que cet événement a contribué à un plus grand travail de réseau parmi les services ?

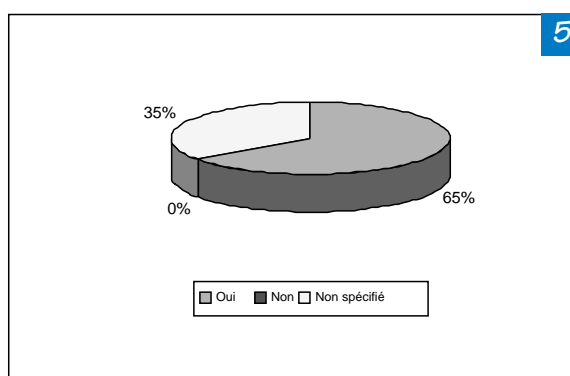
10,4 % ont considéré que la réunion n'avait pas été très utile pour augmenter les relations entre les services; 66,5 % pensaient qu'elle avait été très utile et 27,1 % ont déclaré que la réunion avait contribué à aider au contact entre services.



ont déclaré que la réunion était franchement bonne pour le développement de leur pratique professionnelle.

5. Etes-vous intéressé de participer à une autre réunion.

Quant à l'idée d'organiser une autre réunion, 65 % des répondants ont pensé que cela serait utile afin de poursuivre le partage d'expériences. Il est important de dire qu'il n'y eut pas de réponses négatives à cette question.

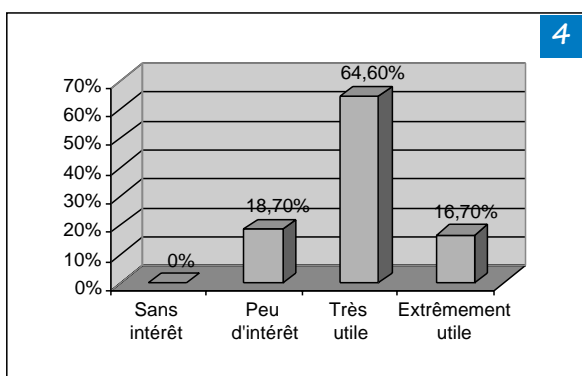


6. Suggestions pour des événements futurs :

Les suggestions concernant une réunion future ont démontré le besoin de créer des groupes de services d'aide téléphonique correspondants à leurs intérêts et leurs domaines d'actions.

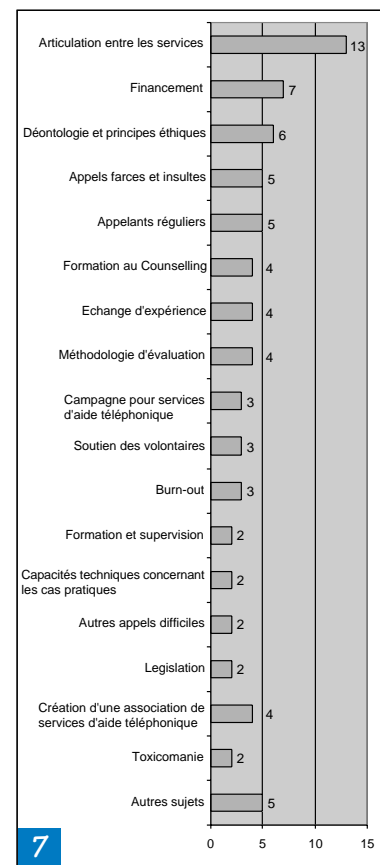
4. Considérez-vous que cette réunion a été importante pour le développement de votre travail ?

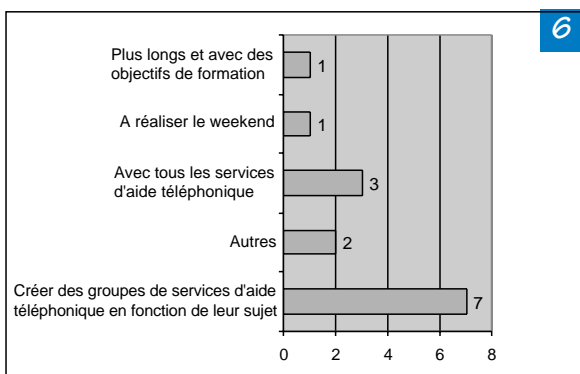
18,7 % des répondants ont considéré que la réunion avait peu d'intérêt pour le développement de leur pratique professionnelle, 64,6 % ont répondu qu'elle était très utile et 16,7 %



7. Sujets à aborder dans des futures réunions :

Les domaines qui ont réuni un large consensus ont été les contacts et relations entre services, suivis par les problèmes de recherche de financements. Selon beaucoup de participants, les problèmes éthiques devraient être également abordés.

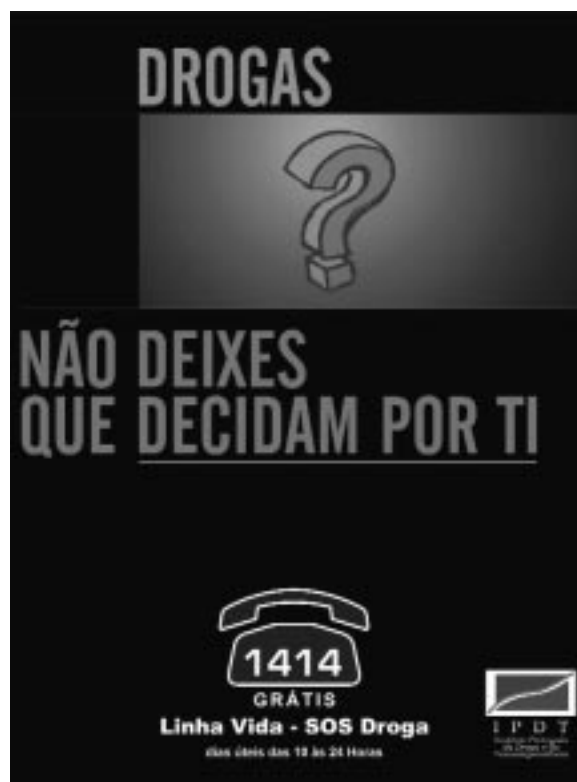




Conclusions

Cette réunion a représenté quelque chose que les travailleurs des lignes téléphoniques attendaient depuis fort longtemps. Concernant les caractéristiques des services d'aide téléphonique, il y a beaucoup d'intérêt concernant la façon dont les autres services fonctionnent, leurs ressources et comment ils organisent le service. Le manque de réunions entre services a été jusqu'à présent la cause d'un certain isolement. Il a aussi créé le besoin de

partager et de discuter de problèmes communs et de questions spécifiques. Pour toutes ces raisons, cet événement a été accueilli de façon enthousiaste depuis le début. Le partage d'expériences est devenu le point principal de cette initiative. Nous considérons que donner et recevoir des informations des services nationaux travaillant dans le domaine de la réponse, de l'aide et du conseil par téléphone fut un moment très particulier. Cet échange a fait émerger la possibilité d'une structure nécessaire de contact entre les différents services.



Il restait encore du temps pour travailler en groupe concernant les sujets les plus prisés; cependant, nous avons réalisé que le temps consacré à ce travail n'était pas suffisant.

Nous avons aussi appris que nous obtiendrions de meilleurs résultats si nous distinguons deux types d'événements différents : une rencontre générale de tous les services d'aide téléphonique et une autre consacrée à la discussion de sujets selon les différentes zones d'intérêts partagés. Depuis ses débuts, cette rencontre fut envisagée comme une réunion générale répondant aux besoins de ceux qui travaillent au téléphone. Ceci fut compris comme un premier pas dans l'amélioration de l'engagement des personnes qui y ont participé.



LE DÉVELOPPEMENT DES SERVICES TÉLÉPHONIQUE DE CONSEIL EN MATIÈRE DE DROGUES EN ALLEMAGNE⁽¹⁾

Contexte historique

Le développement d'un «système d'aide» unifié et systématique en matière de drogues a commencé avec un service de conseil par téléphone.

Dans le milieu des années 60, un ensemble varié d'initiatives régionales d'aide par téléphone dans le champ des drogues fut établi. En particulier, des groupes «Release» qui offraient à cette époque de l'aide continue par téléphone. L'anonymat procuré par le téléphone fournissait une opportunité idéale pour organiser le conseil juridique et diffuser l'information sur les substances et les adresses de services.

Après l'établissement, dans les années 70, de services mobiles (services de conseil jeunes et drogues) et fixes, le statut des services de conseil en matière de drogues par téléphone a décliné rapidement (ce qui contraste avec d'autres pays européens tels que le Royaume-Uni, la France et l'Italie). Mais le téléphone permettait encore la prise de rendez-vous pour le conseil en face à face avec telle ou telle organisation. Néanmoins, le conseil par téléphone était rejeté et même sur le plan conceptuel selon la devise «si quelqu'un veut sérieusement faire quelque chose pour aborder son problème de drogue, il ne prend pas le chemin le plus facile en nous appelant par téléphone, il doit aller directement dans le centre de conseil» (c'était presque un test de motivation pour déterminer la volonté de changement).

Dans le milieu des années 70, l'offre de conseil par téléphone en matière de drogues disparut donc de l'éventail de l'aide disponible.

Les expériences positives en matière d'aide téléphonique concernant le Sida dans la maîtrise de la panique publique

et des problèmes, à partir du milieu des années 80 jusqu'à leur fin, a ouvert un nouveau débat à propos du bien-fondé des dispositifs d'aide téléphonique.

Au début des années 90, des services téléphoniques en matière de drogues furent créés dans certaines villes (Munich, Berlin, Hambourg, Düsseldorf, Cologne et Brême). En 1994 à Cologne, le Centre Fédéral d'Education pour la Santé (BZgA) a mis sur pied un service d'information par téléphone en matière de prévention des toxicomanies couvrant l'ensemble du pays. Toujours au début des années 90, l'association spécialisée Drugs and Intoxicants e.V. à Hanovre a essayé de lancer un numéro de téléphone unique pour l'ensemble du pays en matière de conseil drogues. Cependant, seul un petit nombre d'agences de conseil ont pu satisfaire les heures d'ouverture du service et les équipes requises (ouverture jusqu'à 20 heures dans certaines occasions). Ce numéro, qui était quasi analogue au numéro de téléphone des services d'urgences 110 et 112, ne récolta pas de succès (ce n'est qu'à Berlin qu'il existe un service d'urgence en matière de drogues fonctionnant 24 heures/24 avec le numéro 19237).

Concepts, fonctions et objectifs

Pendant ce temps, en connexion avec le développement des nouveaux médias de communication, un système électro-communicatif d'information et de conseils en matière de drogues, indépendant et varié, s'est développé à travers le pays; il s'adresse à différents groupes cibles. Les variations dans l'exécution conceptuelle et les objectifs sont larges. Elles ne concernent pas seulement la disponibilité en dehors des heures d'ouverture des agences de conseil à destination des jeunes et en matière de

drogues. C'est aussi parce qu'elles offrent la variété de services suivant :

- Un «centre de tri» pour l'analyse initiale du problème de l'appelant.
- De l'information concernant les services d'aide régionaux existants, incluant la transmission des numéros de téléphone, des adresses et des personnes de contact.
- L'aide dans le développement des intentions de changement dans le sens d'un travail motivationnel.
- L'intervention de crise dans le cadre de situations problématiques aiguës; soutien émotionnel en cas de sentiments subjectifs d'anxiété ou de menace.
- Le soutien continu dans le cadre de processus de changement à long terme.
- Le conseil pour les personnes qui répercutent ces connaissances.

Les méthodologies suivantes ont été développées dans les services de conseil en matière de drogues par téléphone (voir aussi FESAT 2000) :

- Réaliser un traitement de l'appel qui est ajusté à la situation, au problème et à la personne.
- Essayer de découvrir ensemble avec l'appelant quels problèmes pratiques ou émotionnels il aimerait discuter.
- Fournir toute l'information que l'appelant souhaite avoir à sa disposition.
- Tenir compte de l'appelant et le laisser choisir ce qu'il aimerait faire ou les mesures qu'il aimerait prendre.

Il y a une variété très importante d'équipes dans les services de conseil par téléphone. Alors que les équipes du Service d'urgence drogues à Berlin et de la Hotline autrichienne sont conduites exclusivement par des professionnels des sciences sociales ou de la médecine, le Service de conseil par téléphone en matière de toxicomanies de Munich fonctionne principalement avec des fonctionnaires spécialisés qui ont suivi une formation spéciale. Professionnels, ex-usagers et «substitués» (usagers recourant à un produit de substitution) travaillent côte à côte à la ligne d'urgence drogues de Francfort.

L'analyse des appels portant sur une année à la ligne téléphonique toxicomanie du BZgA montre que 60 %

F.E.S.A.T.

Publications

BON DE COMMANDE

Tous les documents sont disponibles en français et en anglais.

Je désire recevoir :

en français en anglais

- Je désire recevoir régulièrement "Lignes"
- Brochure d'information concernant le programme des bourses
- "Guidelines for good practice" (Guide pratique destiné aux nouveaux services d'aide téléphonique) - produit par le "Telephone Helplines Group", UK, 1993. *Disponible aussi en allemand.*

Rapports thématiques :

- Activités de formation de la FESAT 1997 - 1999
- Services d'Aide Téléphonique "Drogues" et Aspects Légaux
- Égalité d'Accès aux Services - les Minorités Ethniques et les Services d'Aide Téléphonique "Drogue" Européen
- Vers un numéro commun pour les SAT européens
- "Familles et Services d'Aide Téléphonique en matière de Drogues"

Nom : _____

Service : _____

Adresse : _____

à retourner au :

Bureau permanent de la FESAT
19 rue du Marteau
B-1000 Bruxelles

concernent des drogues légales telles que la nicotine, l'alcool et/ou des addictions autres (désordres alimentaires, jeux). La proposition des appelants faisant état d'un usage problématique de drogues illégales par eux-mêmes est d'environ 10 %.

En contraste, 80 % des appels de la ligne d'urgence drogues de Frankfurt concernent les drogues illégales et 40 % des appelants ont un problème avec leur propre usage d'héroïne et de cocaïne, ou pour cette question, avec les opiacés synthétiques.

La comparaison de différentes substances montre les différences pour chaque agence, par drogues et par groupes cibles. Alors que 5,3 % des 526 appelants à propos du cannabis désiraient une aide pour eux-mêmes, quelques 56,5 % faisaient partie de l'entourage des usagers de cannabis. Un autre résultat intéressant se trouve masqué derrière les chiffres à propos des appels concernant l'ecstasy. Alors que seulement 2,9 % des appelants sont personnellement concernés par ce sujet, ce sont presque exclusivement les personnes qui répercutent l'information qui recourent ici à la ligne téléphonique toxicomanie du BZgA – peut-être des personnes choquées par les reportages sur ce sujet dans les médias.

Ces chiffres fournissent des indications supplémentaires qui, lorsqu'on présente l'usage de ces services d'une manière propre et ordonnée, rendent très claires les positions socio-politiques de bases, les influences des médias et les perceptions générales du problème des drogues. En conséquence, il faudrait demander que les services de conseil téléphonique en matière de drogues soient plus fortement incorporés dans les recherches en matière d'évaluation et de monitoring dans le futur.

Perspective

Le conseil en matière de drogues par téléphone est efficace parce qu'il délivre des conseils et des services de manière directe, anonyme et confidentielle pour une dépense minime dans un concept unifié «d'aide en matière de drogues».

Un service de conseil par téléphone en matière de drogues doit décrire de

façon claire la manière dont il se perçoit ainsi que ses buts. Finalement, ces services rencontrent le même dilemme, continuellement discuté et parfois de façon controversée, que les services drogues traditionnels – la question étant de savoir si l'usage de drogues représente un signe d'alerte d'un accroissement des problèmes ou si parmi les jeunes c'est un aspect normal de leur développement et une expression du comportement expérimental de la jeunesse. Selon leurs positions, les services d'information et de conseil développeront des structures différentes en accord avec leurs principes.

Qu'est-ce qu'une information «objective» en matière de drogues ?

Doit-on conseiller en suivant la voie du rejet des drogues ou suivre celle d'un usage avec des risques minimaux ?

Doit-on fournir des messages d'abstinence ou orientés vers l'acceptation ?

Dans quelle mesure l'appelant prend-il l'agence au sérieux ?

Un débat a émergé suite à des questions concernant le fait de savoir si les termes «service d'urgence en matière de drogues» étaient encore adéquats si l'on considère la variété de ce qui est offert. Le service de conseil par téléphone en matière de drogues ne consiste pas seulement à maîtriser des situations d'urgences – il y a aussi beaucoup d'autres choses concernant les concepts de conseil en matière de minimisation des dommages, prévention des toxicomanies et soutien.

Les différents services téléphoniques concernant les nouvelles drogues (techno-drogues, drogues de sorties et designer-drugs) suivent ces nouvelles directions, aussi bien de par leurs technologies (par exemple l'utilisation de l'Internet) que dans leurs conceptions (comme ressource pour les expérimentateurs, les usagers, les professionnels et les personnes qui répercutent les connaissances).

(1) Ceci est une version raccourcie de : Happel, H.-V. (2002) : *Drug advice by telephone*. In Bollinger, L; Stover, H (ed) : *Drug practice, law and therapy*. Avec l'aimable autorisation de Frankfurt Fachhochschulverlag.

Les services d'accueil téléphonique "drogues" sont des services téléphoniques fournissant à chaque personne qui les sollicite une aide de qualité s'appuyant sur la compétence des personnes qui les composent et des principes éthiques respectant les droits de l'homme.

Ils représentent un maillon indispensable des dispositifs nationaux et ou locaux de réduction de la demande de drogues.

Ils peuvent être définis par leurs fonctions, la position qu'ils occupent dans les différents champs concernés (social, sanitaire, éducatif) et les conditions qui permettent leur existence.

CHARTRE



Adresse officielle :
Trimbos-instituut
Postbus 725
3500 AS Utrecht
Pays-Bas

**Pour toute
correspondance
et contacts :**

Bureau Permanent
de la F.E.S.A.T.
19, rue du Marteau
1000 Bruxelles
Belgique

Tél.: (32) 2 219 28 87
Fax: (32) 2 219 14 98

E-mail :
fesat@skynet.be
<http://www.fesat.org>

Leurs fonctions

Par une écoute active qui ne juge pas, les services téléphoniques "drogues" informent, orientent, accompagnent, soutiennent, conseillent, aident, pour :

- rompre les tabous qui entourent les drogues ;
- rompre l'isolement et enrayer les processus d'exclusion ;
- aider à engager ou soutenir un processus de changement.

Pour remplir ces fonctions, les services s'appuient sur les connaissances multidisciplinaires des personnes qui les composent. Personnes formées notamment à l'écoute et l'aide par téléphone, ainsi qu'aux problèmes d'usage et d'abus de drogue.

La position qu'ils occupent

A propos des questions de drogues, les services se situent à l'interface des publics et des ressources que sont les services d'aide, de traitement et de prévention. Ils apportent une réponse spécialisée aux questions des appelants et offrent un service de généralistes aux structures spécialisées en toxicomanie.

A l'égard des personnes qui les sollicitent (jeunes, adultes, professionnels, usagers de drogue, entourage...), ils cherchent à faciliter les liens et les contacts, promouvant ainsi une plus grande égalité d'accès aux ressources disponibles (de l'information aux soins).

En regard de leur place particulière, ces services constituent un indicateur permanent :

- des évolutions et tendances de l'offre de drogues ;
- des changements dans les pratiques de consommation ;
- de l'adéquation ou non des offres de services généralistes ou spécialisées ;
- des représentations, des besoins et des difficultés du public ;
- de l'effet des politiques et des pratiques sociales et judiciaires.

Les conditions de leur existence

Pour fonctionner les services doivent s'appuyer sur une approche contractuelle qui garantit leurs moyens financiers, définit la nature des liens qui les unissent aux financiers et fixe les instances de régulation et de résolution des pressions qu'ils peuvent être amenés à subir.

Soutenus par une formation permanente, leur continuité doit être ancrée afin de garantir leur pleine efficacité auprès du public.

Les services garantissent l'anonymat de l'appelant ainsi que la confidentialité des informations recueillies.

Ils garantissent au répondant un cadre déontologique fixant ses limites et droits au travers d'un contrat dont les contenus sont publics.

Tant dans la relation avec les personnes qui les appellent que dans leurs liens avec l'environnement, ils cherchent à développer un climat favorable qui permette de parler et de répondre aux questions que pose l'usage de drogues, sans dramatisation, ni banalisation, sans exclusion ni rejet.