

Groupe à risque ?

Les résultats définitifs de l'enquête Presse Gaie 1997 sont alarmants. La persistance de comportements à risques parmi nous accuse la déshérence dans laquelle les pouvoirs publics ont laissé la prévention "ciblée". Faute de structures fortes, la communauté reste sans position politique et sans idées. Pourtant, tout indique qu'une remobilisation rapide s'impose.

Depuis 1985, des enquêtes périodiques ont été menées auprès des lecteurs de la presse gay afin d'étudier leurs modes de vie et leur adaptation à l'épidémie de sida. En 1997, le nouveau questionnaire a été diffusé gratuitement par les magazines suivants : « All Man », « Ex Aequo », « Fresh », « Gay Vidéo », « Idol », « Illico », « Lettres Gay », « Men » et Têtù.

Sans prétendre représenter exactement la population des gays et lesbiennes en France, cette enquête est le principal indicateur des tendances de la communauté face à la société et à leur santé.

Premier résultat, ce questionnaire 1997 a suscité une hausse des réponses. Entre le 2 septembre 1997 et le 3 février 1998, 3 477 questionnaires ont été collectés, soit 29 % de plus que l'enquête 95 (2 701 réponses). Autre bonne nouvelle, les répondants se renouvellent : 61 % ont participé pour la première fois et 23 % n'avaient participé qu'une fois à l'une des dix enquêtes précédentes. La plupart des réponses proviennent d'hommes (95 %). La participation des femmes reste faible (le 5 % restants)

mais elle est en progression par rapport aux enquêtes précédentes. Leurs réponses proviennent essentiellement de lectrices de votre magazine mixte préféré - avec 93 réponses de têtues - ou d'« Ex Aequo » (41 réponses) et d'« Illico » (23 réponses). La moyenne d'âge des hommes est de 32,4 ans (elle était de 31,5 ans en 1995) mais celle des lecteurs de Têtù est un peu plus basse avec 30,6 ans. 86,8 % des ré-

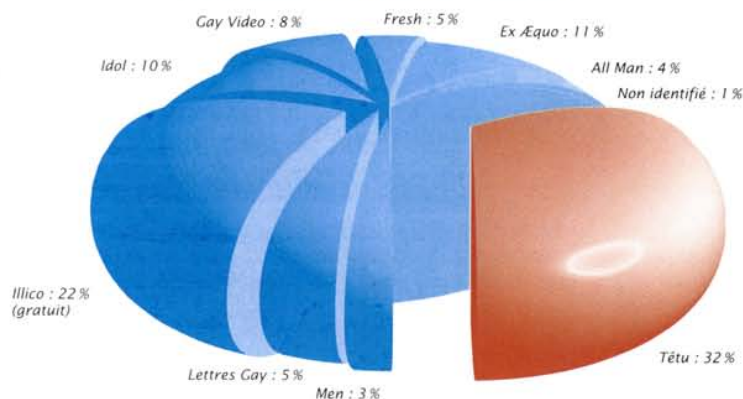
pondants se situent entre 21 et 45 ans. Ceux qui ont moins de 21 ans (4 %) et ceux qui ont plus de 45 ans (9 %) sont faiblement représentés dans l'échantillon. Comme dans les enquêtes précédentes, les hommes possédant un niveau d'étude élevé sont fortement représentés parmi les répondants. En effet, 41 % d'entre eux possèdent un diplôme du deuxième ou du troisième cycle universitaire. En ce qui concerne la répartition géographique, 40 % des répondants vivent à Paris et dans la région parisienne. Enfin, les lecteurs de Têtù sont les plus nombreux à répondre (1 110 répondants), loin devant

en kiosque qui contient chaque mois un cahier d'information sur le VIH directement destiné aux séropos et aux malades. Les résultats de l'enquête elle-même sont plus inquiétants. À commencer par les données sur l'acceptation par l'entourage. Au cours des douze derniers mois, 23 % de l'ensemble des répondants disent avoir été injuriés parce qu'ils étaient homosexuels, 1 % disent avoir été agressés en raison de leur homosexualité et 3 % cumulent injures et agressions. Ce qui veut dire que l'homophobie directe touche près d'un quart des répondants, ce qui est toujours trop. Côté cœur, 6 % des répondants n'ont eu aucun partenaire masculin, 19 % en ont eu un seul (on peut se servir plusieurs fois du même...), 25 % en ont eu entre 2 et 5. La moitié ont plus de 5 partenaires dans l'année et 20 % plus de 20. Les lieux et les systèmes de drague sont très variés et souvent cumulés : 37 % des répondants ont utilisé saunas, backrooms ou vidéo clubs pour faire des rencontres, 36 % les bars et les clubs, 35 % les lieux extérieurs de

drague, 31 % Minitel ou réseaux téléphoniques. Les autres réponses : chez des amis (21,5 %), dans la rue ou les endroits publics comme les gares (21 %), petites annonces dans les journaux (6,5 %), au travail (6 %) et dans les associations (5 %).

Parmi l'ensemble des répondants, 82 % accordent beaucoup d'importance à la lutte contre les discriminations dans la vie pro-

Répartition des répondants par titres.



ceux du mensuel gratuit « Illico » (771) ou de l'autre titre du même groupe, « Ex Aequo » (381). Effet mécanique de la différence entre la diffusion de Têtù et celle, plus réduite, de ses concurrents ? Certainement. Mais ces chiffres reflètent peut-être aussi un réflexe civique plus important chez les lecteurs de Têtù, fruit d'une ligne rédactionnelle claire : tous journaux confondus, Têtù reste le seul titre vendu