

# Fumer ou ne pas fumer? Raisons et motifs

## Liens avec le PER cycle 3:

**FG 31** Exercer des lectures multiples dans la consommation et la production des médias et d'informations

**FG 32** Répondre à ses besoins fondamentaux par des choix pertinents

**FG 38** Expliciter ses réactions et ses comportements en fonction des groupes d'appartenance et des situations vécues.

## Par qui ou par quoi les décisions des jeunes sont-elles influencées?

Quels sont les motifs et facteurs d'influence décisifs à l'origine du tabagisme chez les jeunes? Alors que le premier cahier intitulé «Fumer nuit à votre santé» était consacré aux comportements à risque et aux dangers de la consommation de tabac, ce deuxième cahier a pour objet d'analyser de plus près les raisons qui poussent les jeunes à fumer ou au contraire qui les en détournent et d'identifier les facteurs en jeu. Il offre aux élèves la possibilité de prendre conscience de ces derniers et d'en discuter.

## Précisions quant à l'utilisation de ce cahier pédagogique

Prévenir le tabagisme, c'est motiver les jeunes soit à ne pas commencer à fumer, soit – s'ils fument déjà – à arrêter au plus vite. A côté de la famille, des groupes de pairs et de la société dans son ensemble, l'école peut jouer un rôle déterminant dans la prévention du tabagisme. Les élèves devraient pouvoir y trouver de quoi élargir leurs connaissances sur les substances psychoactives, remettre en question leurs motifs et leurs valeurs et renforcer leurs compétences et ressources personnelles.

Nous recommandons d'exploiter le plus possible ce cahier. Dans l'optique d'une prévention efficace, il convient d'en aborder les divers thèmes en fonction de l'âge et sur le long terme, sur plusieurs semaines voire sur plusieurs mois, en les reprenant régulièrement et en les approfondissant. Le cahier est toutefois conçu pour permettre de choisir séparément les propositions didactiques pour aborder tel ou tel thème particulier. La première partie fournit des connaissances de base. La deuxième contient des propositions didactiques.

## Contenu

- Combien de jeunes fument?
  - Raisons pour lesquelles certains élèves fument
- Qu'est-ce qui influence le comportement des jeunes vis-à-vis de la cigarette?
- Idées fausses sur le tabac
- L'influence des autres
- Des modèles qui fument, par exemple au cinéma, à la télévision
- Propositions didactiques 1-5
- Informations complémentaires

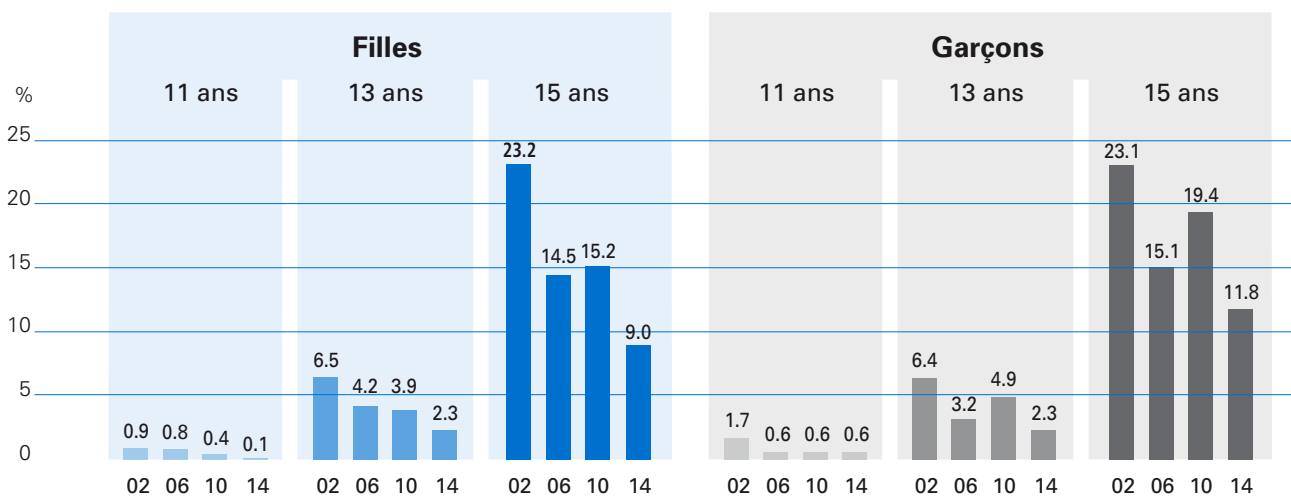
## Combien de jeunes fument?

La grande majorité (84%) des jeunes âgé-e-s de 15 ans ne fume pas. Parmi les jeunes de 15 ans, un tiers dit avoir fumé une fois dans sa vie. Le graphique ci-dessous montre la proportion d'élèves de 11, 13 et 15 ans qui fument de manière hebdomadaire (au moins une fois par semaine). Les données entre 2002 et 2014 montrent

clairement une tendance à la baisse aussi bien chez les filles que les garçons, les valeurs 2014 sont même les plus basses depuis 1986.

Par ailleurs 6,6% des jeunes garçons et 6,4% des jeunes filles de 15 ans ont affirmé en 2014 fumer quotidiennement (HBSC 2014).

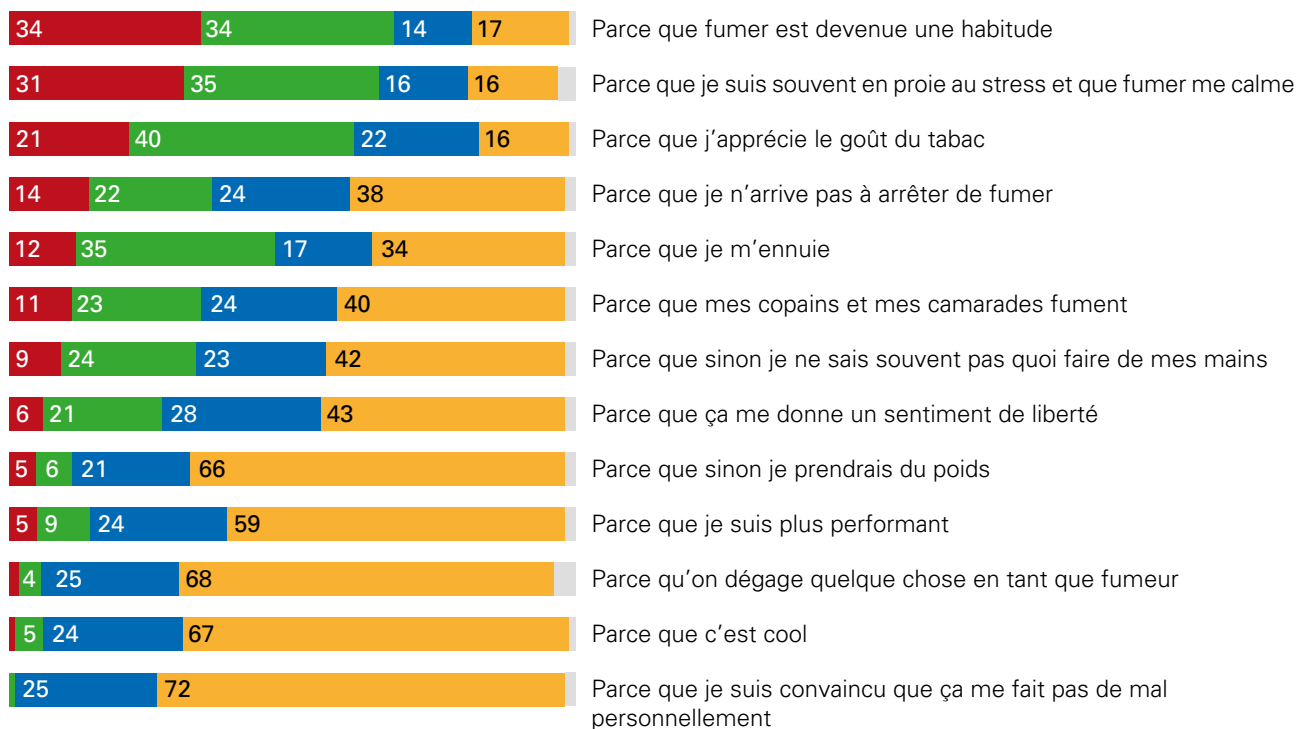
### Proportion des élèves de 11, 13 et 15 ans qui fument au minimum une fois par semaine, évolution de 2002 à 2014



Source: Marmet, S., Archimi, A., Windlin, B., Delgrande Jordan, M. (2015). Substanzkonsum bei Schülerinnen und Schülern in der Schweiz im Jahr 2014 und Trend seit 1986 (Forschungsbericht Nr. 75). Lausanne: Addiction Suisse.

## Raisons pour lesquelles certains jeunes (entre 14 et 19 ans) fument, année 2010\*

Nombre de personnes en %



■ tout à fait d'accord ■ plutôt d'accord ■ plutôt pas d'accord ■ vraiment pas d'accord ■ ne sait pas

Les principales raisons pour lesquelles les jeunes (entre 14 et 19 ans) disent fumer sont l'habitude, le fait d'être souvent stressé et que fumer les calme ainsi que le fait d'en apprécier le goût. Mentionner souvent «fumer par habitude» peut refléter, dans une certaine mesure, la prise de conscience d'une possible dépendance physique ou psychique. Seule une infime minorité fume parce qu'ils trouvent que ça fait cool; il est compréhensible que d'avoir à mentionner qu'on a recours à des stratagèmes pour paraître cool ne doit pas vraiment leur plaire.

### Raisons pour lesquelles les jeunes ne fument pas

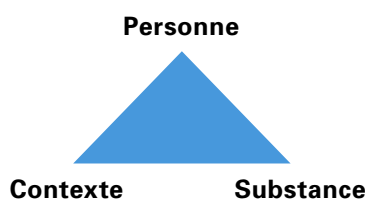
Pour les jeunes, les principales raisons de ne pas fumer avancées sont que fumer est malsain (95%), qu'ils ne veulent pas devenir dépendants (89%), que ça coûte cher (80%) et parfois pour des critères d'apparence. Une interdiction seule ne suffirait pas à les faire renoncer.

- Cf. Proposition didactique 1: Combien de jeunes fument? Quelles sont leurs raisons de fumer ou de ne pas fumer?

\* Source Monitoring Tabac 2011 [www.tabakmonitoring.ch/Berichte/Jugendliche/Forschungsbericht/Gesamt\\_jugend\\_10\\_dt.pdf](http://www.tabakmonitoring.ch/Berichte/Jugendliche/Forschungsbericht/Gesamt_jugend_10_dt.pdf)

## Qu'est-ce qui influence le comportement des jeunes vis-à-vis de la cigarette?

Les facteurs individuels ne sont pas les seuls à influencer le fait de fumer ou non. Le contexte de même que certaines propriétés des produits du tabac contribuent également à déterminer le comportement de consommation d'une personne et en particulier si elle va ou non commencer à fumer. Ces trois composantes «**personne**», «**substance**» et «**contexte**» s'influencent mutuellement.



L'état global de **la personne**, le bagage génétique, les expériences qu'elle a pu faire de même que sa tendance à prendre des risques et d'autres caractéristiques de sa personnalité sont autant d'éléments pouvant influencer sur sa consommation de produits du tabac. Ainsi, par exemple, une bonne estime de soi et la connaissance des risques liés au tabagisme peuvent l'aider à refuser une cigarette.

**La substance**, ses propriétés et ses effets ainsi que la facilité avec laquelle on peut se la procurer, son prix, son goût, peuvent également avoir une influence sur la personne en l'incitant à fumer, à continuer à le faire ou non. L'effet irritant de la fumée ou la forte dépendance qu'induit la nicotine peuvent, par exemple, dissuader quelqu'un de commencer.

De nos jours, les produits du tabac sont disponibles partout et pratiquement nuit et jour. Il est plus facile de se les procurer que d'acheter des aliments de base. Il arrive fréquemment que des enfants et des jeunes puissent acheter des cigarettes, bien que la vente à des mineurs soit interdite dans de nombreux cantons. (La nouvelle loi sur les produits du tabac devrait introduire une interdiction de vente aux moins de 18 ans au niveau national.)

■ Cf. Proposition didactique 2: Thème de l'argent.

**Le contexte** dans lequel vit un individu, l'environnement social (famille, ami-e-s, modèles) ainsi que des facteurs structurels influencent son comportement. Ce sont notamment les valeurs normatives d'une société («Ne pas fumer» est considéré comme la norme), les lois pour la protection contre la fumée passive, l'interdiction de vente aux mineurs, ou de la publicité, ou encore un bon climat au sein de l'école et de la famille qui peuvent agir sur la consommation d'une personne.

Le contexte social revêt pour les jeunes une importance toute particulière. L'adolescence est marquée par une recherche d'identité et d'autonomie. Un nouveau monde de possibilités s'ouvre auquel s'ajoute un intérêt soutenu pour l'expérimentation de nouveautés, avec pour corollaire de devoir faire des choix et de prendre des décisions. Leur identité étant encore en construction, les jeunes sont plus facilement influencés par les personnes proches, avec un fort lien affectif (famille, amis et modèles). Leur quête de reconnaissance et d'affirmation de soi les pousse à se conformer à certaines représentations ou, à l'inverse, à se démarquer de certaines normes et à se rebeller pour s'affranchir du monde des adultes. Le recours aux produits du tabac ou à d'autres substances psychoactives est un moyen pour certain-e-s de se donner un style, de faire partie d'un groupe, du moins dans un premier temps.

En effet, en général il s'agit au début d'une consommation expérimentale et occasionnelle. Or, s'agissant de tabac, le risque encouru est déjà important. La nicotine ayant un très fort pouvoir addictif, entre quelques cigarettes «pour voir» ou «pour faire comme ...» et le développement d'une dépendance, il n'y a qu'un pas.

■ Cf. Proposition didactique 3: Thème de la liberté: comment les autres influencent-ils la manière dont je me forge une opinion?

## Motivations à fumer décryptées

---

Lorsqu'on questionne des personnes qui fument sur leurs motivations à le faire, les réponses sont diverses. Mais bien souvent les effets recherchés évoqués ne sont pas «réels». Une personne peut avoir l'impression par exemple que fumer calme son stress et utiliser la cigarette dans ce but. Mais ce qu'elle apaise en fait, c'est le manque de nicotine éprouvé par son corps effectivement en état de stress.

Chaque cigarette réactive dans le cerveau les récepteurs à la nicotine, préparant ainsi le retour programmé du manque ... et de la prochaine cigarette.

Les femmes et les jeunes filles s'imaginent souvent que fumer va les aider à contrôler leur poids. Or, bien que la nicotine augmente effectivement les dépenses énergétiques, elle fait surtout baisser l'état de santé et la forme ! Une nourriture équilibrée dont la quantité est adaptée à son activité et la pratique d'un sport sont une alternative bien plus saine pour maintenir son poids corporel.

## L'influence des autres

---

Par qui ou par quoi les jeunes sont-ils poussés à se tourner vers des produits du tabac? A côté de leur goût du risque et de l'expérimentation de nouveautés, les personnes de leur entourage proche, famille et ami-e-s, ont une influence sur les comportements des jeunes. Dans le contexte scolaire, la pression exercée par les pairs, l'influence des groupes d'amis et de copains, est un thème à aborder en priorité. Vous trouverez également ci-après un passage consacré à l'influence du milieu familial et de la promotion des produits par l'industrie du tabac.

### Copines et copains

Nous savons par expérience à quel point nos ami-e-s et nos connaissances influencent notre façon de penser ou d'agir. L'adolescent-e accorde beaucoup d'importance à l'image qu'il ou elle veut donner de soi. Il est essentiel de se sentir accepté-e par le groupe. Le choix du groupe se fera également selon les valeurs et les normes soutenues par ce dernier. C'est d'ailleurs le plus souvent avec son cercle d'ami-e-s que l'adolescent-e partage une multitude d'expériences et qu'il ou elle va peut-être fumer pour la première fois une cigarette. Les jeunes qui consomment du tabac ont, nettement plus souvent que les autres, des connaissances et des ami-e-s qui fument : l'environnement proche influence ce qui est perçu comme normal et lorsqu'une personne évolue dans un groupe où la majorité consomme des produits du tabac, elle va surestimer le nombre de fumeurs d'abord parmi ses pairs et dans la société : fumer semble ainsi la norme, un comportement banal.

- Cf. Proposition didactique 4: Pression du groupe

### L'influence des parents et de la fratrie

Les parents et les frères et sœurs peuvent avoir une influence déterminante sur la consommation ou non de produits du tabac. La famille est le premier lieu d'apprentissage d'un enfant en ce qui concerne les produits psychoactifs, comme l'alcool par exemple. Si l'un des parents, une sœur ou un frère, aîné-e le plus souvent, fume, la probabilité que l'adolescent-e se mette à le faire est plus élevée que si personne ne fume dans la famille. En effet, ce comportement de consommation répété par une personne qui sert de modèle devient banal et peut même être perçu positivement, d'abord par le petit enfant, puis par le jeune; il minimisera probablement la dangerosité de ces produits. Chez les 14 à 19 ans, le taux de ceux et celles qui fument quotidiennement s'élève à 27%, quand les deux parents fument (contre 9% si aucun ne fume et 16% quand c'est l'un des deux). (Monitoring Tabac 2011)

Relevons que la consommation des parents n'est pas seule en cause: leur attitude face à la consommation de produits psychoactifs en général joue également un rôle important. Si les parents ont su établir des règles éducatives, des limites claires et s'ils ont une relation constructive et de confiance avec leurs enfants, ils peuvent les soutenir et les encourager efficacement à ne pas commencer à fumer.

- Cf. Matériel pour soirée des parents, «Prévention des dépendances, quelques pistes pour les parents»
- Lettres aux parents d'Addiction Suisse sur divers thèmes

## **Des fumeurs érigés en modèle – par exemple sur les écrans, les réseaux sociaux et la publicité**

Des études ont montré que la cigarette à l'écran représente un facteur de risque indéniable pour l'apparition de la consommation de tabac déjà dans l'enfance et à l'adolescence. Une étude européenne concernant plus de 16'000 élèves entre 12 et 15 ans a mis en évidence que plus les jeunes sont exposés au tabagisme au cinéma et à la télévision, plus ils ont tendance à expérimenter le fait de fumer et à le faire régulièrement plus tard.

Sur les 250 plus grands succès à l'écran qui passaient entre 2004 et 2009 dans les pays européens de cette étude, près des trois quarts contenaient au moins une scène où l'on voyait un-e comédien-ne fumer. Ces films étaient jugés adaptés pour les jeunes (Source: AT Suisse). Ces scènes sont une promotion pour les produits du tabac d'autant plus «efficace» qu'elles ne sont pas perçues comme telles et que, par conséquent, elles ne font pas l'objet d'un examen critique. Les images se fixent dans l'esprit des spectatrices et spectateurs, souvent à leur insu, et sont rediffusées année après année à travers d'autres supports: DVD, Blu-ray, YouTube... De plus, ceux et celles que l'on voit fumer dans les films sont le plus souvent des stars au fort potentiel d'identification pour la jeunesse.

Les réseaux sociaux sont également utilisés par l'industrie du tabac pour faire la publicité et la promotion de ses produits. On peut recenser un grand nombre de pages liées aux marques sur Facebook ou Twitter; il n'y a que peu de communications institutionnelles, les tweets ou les messages courts publiés sur ces sites ont presque tous un lien avec les campagnes publicitaires des marques.

Sur YouTube, le nombre de vidéos en lien avec les marques présentes est impressionnant, et elles véhiculent en majorité une image positive de ces produits.\*

Le contenu souvent décalé proposé par les différentes marques séduit les jeunes qui n'hésitent pas à diffuser en quelques clics des contenus pro-tabac à tous leurs «ami-e-s». (Source: [www.observatoire-marketing-tabac.ch/resultats-7/](http://www.observatoire-marketing-tabac.ch/resultats-7/) consulté 18.11.2015)

L'enquête menée par l'Observatoire des stratégies marketing du tabac met en évidence les stratégies très subtiles utilisées par l'industrie du tabac pour la promotion de ses produits. Un film sur YouTube les explicite: <https://www.youtube.com/watch?v=l8w5scXRPa0&feature=youtu.be>

- Smokefree movies: From evidence to action. Third edition. World Health Organisation 2015 (en anglais)
- Cf. Proposition didactique 5: Le tabagisme dans les films et la publicité

\* Sur YouTube 40'000 vidéos apparaissaient lors d'une recherche avec le mot-clé «Marlboro», par exemple.

# Propositions didactiques

---

## Proposition didactique 1: Combien de jeunes fument? Quelles sont leurs raisons de fumer ou de ne pas fumer?

---

### Informations pour l'enseignant-e

#### Temps nécessaire

1 à 2 périodes (selon la durée de la mise en commun)

#### Objectifs

- Connaître les chiffres et les faits relatifs à l'attitude des jeunes vis-à-vis de la cigarette
  - Estimer l'influence de nos représentations et de nos perceptions sur notre propre comportement
  - Discuter les raisons qui poussent quelqu'un à fumer ou à ne pas fumer
  - Effectuer des recherches autonomes sur Internet
- 

### Fiche de travail

**A.** Ecrivez sur une feuille vos estimations en réponse aux questions ci-dessous

**1.** En Suisse, en 2014 combien de filles de 13 et de 15 ans fument (en %):

(A) au moins une fois par semaine? \_\_\_\_\_

(B) tous les jours? \_\_\_\_\_

**2.** En Suisse, en 2014 combien de garçons de 13 et de 15 ans fument (en %):

(A) au moins une fois par semaine? \_\_\_\_\_

(B) tous les jours? \_\_\_\_\_

**3.** Quels sont les deux motifs principaux évoqués par les filles et les garçons pour fumer?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**4.** Quels sont les deux motifs principaux des filles et des garçons pour ne pas fumer?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**B.** En petits groupes, cherchez sur le site d'Addiction Suisse les chiffres et les tableaux sur le comportement des jeunes face au tabac.

[www.addictionsuisse.ch/faits-et-chiffres/tabac/jeunes/](http://www.addictionsuisse.ch/faits-et-chiffres/tabac/jeunes/)  
Comparez-les avec vos propres estimations.

Lisez aussi **les raisons** que les jeunes invoquent lorsqu'on leur demande pourquoi ils et elles fument ou ne fument pas sur le site [www.at-suisse.ch](http://www.at-suisse.ch).

#### Suggestions de discussion

- Vos estimations étaient-elles correctes? Est-ce que vos propres motifs sont les mêmes que ceux des autres jeunes de votre âge?
- Est-ce que celles et ceux qui fument ou qui ont déjà fumé ont donné d'autres réponses que celles et ceux qui n'ont jamais fumé?
- Est-ce que les filles et les garçons invoquent des raisons différentes d'avoir recours à la cigarette ou de ne pas y avoir recours?
- Pensez-vous que l'image que vous vous faites des autres peut influencer votre comportement?
- Comment faites-vous pour atteindre, sans avoir recours à la cigarette, les buts recherchés par les personnes qui fument (p.ex. se calmer)?

## Proposition didactique 2: Thème de l'argent

---

### Informations pour l'enseignant-e

#### Temps nécessaire

30 minutes

#### Objectifs

- Connaître les coûts de la consommation de tabac
- Evaluer les montants dépensés par les personnes qui fument pour leurs cigarettes?
- Estimer l'économie réalisée par le fait de ne pas fumer. Imaginer les choix possibles qui s'offrent ainsi avec une somme équivalente.

#### Introduction

Fumer débute généralement par la consommation d'une cigarette isolée de temps à autre et peut avoir un faible impact financier. Mais bien vite la consommation augmente et passe d'une consommation occasionnelle à une consommation régulière, souvent rendue nécessaire par la dépendance et le manque ressenti. Toutes les personnes qui fument ont commencé un jour par ne fumer qu'une cigarette de temps en temps. Ceux qui en restent là sont une minorité.

---

### Fiche de travail

- Savez-vous combien coûtent les cigarettes?
- Si non, renseignez-vous sur le prix d'un paquet auprès d'une personne qui fume, dans un magasin ou sur internet

Quand une personne fume un demi-paquet par jour  
Calculez la somme dépensée

par semaine: \_\_\_\_\_

par mois: \_\_\_\_\_

par année: \_\_\_\_\_

Quand une personne fume un paquet par jour  
Calculez la somme dépensée

par semaine: \_\_\_\_\_

par année: \_\_\_\_\_

en dix ans: \_\_\_\_\_

- Ensuite réfléchissez, en petits groupes, à tout ce que vous pourriez vous offrir ou entreprendre comme activités avec l'équivalent des sommes dépensées par une personne qui fume, en une année, puis en 10 ans:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

#### Calcul du temps

Il faut compter environ 5 minutes pour fumer une cigarette. Donc une personne qui consomme un paquet par jour passe quotidiennement \_\_\_\_\_ minutes à fumer.

#### D'autres informations autour de l'argent

Aux yeux de bien des jeunes, le prix d'un paquet de cigarettes ne semble pas forcément exorbitant au début. Mais, au fil des mois et des années, les coûts s'additionnent et ce sont de grosses sommes qui partent en fumée.

L'industrie du tabac réalise d'énormes profits sur le dos des personnes qui fument. A voir les dizaines de millions

qui sont investis dans toutes sortes de promotion des produits du tabac, son commerce est florissant! Actuellement les moyens sont investis dans des actions promotionnelles moins visibles du grand public, mais plus ciblées dans les lieux principalement fréquentés par les jeunes, les bars, les festivals et dans le sponsoring des manifestations.



## Proposition didactique 3: Thème de la liberté: comment les autres influencent-ils la manière dont je me forge une opinion?

---

### Informations pour l'enseignant-e

#### Temps nécessaire

1 à 2 périodes

#### Objectifs

- Donner une définition personnelle de la notion de «liberté» lors d'une discussion de groupe
- Emettre son avis en cours de discussion
- Prendre conscience de la manière dont les autres nous influencent
- Réfléchir au concept de liberté en relation avec le tabagisme et la fumée passive

L'entourage et les proches influencent la façon d'agir ou de penser mais les valeurs et les normes de la société également. Bien souvent, il s'agit de choisir entre des valeurs qui peuvent s'opposer, comme la liberté individuelle et le droit de fumer qui entrent en opposition avec le respect de sa propre santé et celle d'autrui.

---

### Fiche de travail

**1ère étape:** chaque élève réfléchit à 4 mots qui exprimeraient le mieux «la liberté», il les note sur une fiche de papier.

Temps imparti: 5 minutes.

**2ème étape:** discutez-en par paire (8 mots) et mettez-vous d'accord ensemble sur 4 mots.

Temps imparti: 10 minutes.

**3ème étape:** avec ces 4 mots, joignez-vous à un autre groupe de deux et essayez ensemble de réduire vos 8 mots à 4 mots qui conviennent à tout le monde. Discutez et argumentez jusqu'à ce que vous vous soyez mis d'accord.

Temps imparti: 15 minutes.

A la fin, chaque groupe désigne un reporter qui va écrire au tableau les 4 mots choisis d'un commun accord.

Ensuite, en plénum ou en petits groupes, identifier comment le groupe est arrivé à ces décisions?

- Qui a su faire passer son point de vue?
- Etaient-ce toujours les mêmes personnes qui arrivaient à convaincre les autres ou chaque fois une personne différente?
- Est-ce que vous êtes vite tombé-e-s d'accord ou est-ce que le débat a été soutenu?
- S'agissait-il le plus souvent de décisions prises par la majorité ou est-il arrivé que quelqu'un réussisse seul à imposer son opinion, grâce à ses bons arguments?
- Y a-t-il des situations où l'on risque de se voir imposer les points de vue d'autrui ou se faire convaincre sans avoir pu réfléchir soi-même à la question de manière critique? Si oui lesquelles?

Qu'est-ce qui vous vient à l'esprit lorsque vous parlez de mots symbolisant la liberté et que vous les mettez en rapport avec le tabagisme et la fumée passive? Quels sont les arguments utilisés dans le débat?

(Source: Institut national de prévention et d'éducation sur la santé, [www.inpes.sante.fr](http://www.inpes.sante.fr))

## Proposition didactique 4: Pression du groupe

---

### Informations pour l'enseignant-e

#### Temps nécessaire

2 périodes

#### Objectifs

- Reconnaître les situations où les autres nous influencent, nous mettent sous pression ou nous tiennent à l'écart
- Prendre conscience du fait que les groupes ne sont pas les seuls à nous influencer, les individus le font également
- Identifier les diverses manières de réagir à la pression d'autrui
- Apprendre à avoir sa propre opinion et à se faire entendre dans un groupe

Remarque pour l'enseignant-e: au cas où beaucoup d'élèves ne se sentiraient pas à l'aise et n'oseraient pas se produire devant toute la classe, on peut leur proposer de jouer les scènes simultanément en sous-groupes; seules 1 ou 2 personnes observeront et seront chargées de relever les arguments utilisés.

---

### Fiche de travail

**A** Répartissez-vous en groupes de 4 à 6. Vous recevrez de votre enseignant-e, sur une carte que vous devrez tirer, la description d'une scène à jouer. Préparez-vous d'abord, puis jouez la scène devant la classe. Il faut que chacune des deux parties fasse son possible pour convaincre l'autre.

Les spectatrices et spectateurs qui regardent les scènes à tour de rôle notent sur un papier:

- Comment se déroule l'argumentation?
- Quels moyens de pression verbaux et non verbaux utilisent les protagonistes?
- Quelles stratégies de résistance elles ou ils choisissent?

Après les jeux de rôle, discutez en plénum les points suivants:

- Comment cela s'est-il passé pour les actrices et acteurs?
- Quels arguments ont-ils été les plus efficaces?
- A quels moyens de pression était-il plus difficile de résister?
- Et, dans la vraie vie, de tels arguments sont-ils aussi utilisés?

**B** Ecrire ensuite au tableau les moyens de pression et les stratégies de résistance qui ont été observés.

Dans un deuxième temps, on essaiera ensemble de les trier selon les catégories ci-dessous:

Moyens de pression	Stratégie de résistance
<b>Minimiser</b> p. ex. «pas de problème, c'est bon»	<b>Défendre son opinion/son idée</b> p. ex. «moi je trouve que ...»
<b>Glorifier</b> p. ex. «c'est trop cool», «c'est grave bien»	<b>Réfuter les arguments des autres</b> p. ex. «là je ne suis pas d'accord, c'est plutôt...»
<b>Exclure</b> p. ex. «alors plus besoin de rester avec nous, oublie»	<b>Exprimer la pression que l'on ressent</b> p. ex. «je me sens mis-e sous pression»
<b>Menacer</b> p. ex. «si tu ne fais pas ceci ou cela, tu n'as pas à intérêt à ...»	<b>Renvoyer la balle, retourner la question</b> p. ex. «mais alors pourquoi?»
<b>Rabaisser</b> p. ex. «t'as les boules, fragile»	<b>Proposer des alternatives</b> p. ex. «mais on pourrait aussi...»
<b>Utiliser le non-verbal</b> p. ex. pousser, fusiller du regard	<b>Utiliser le non-verbal</b> p. ex. rester silencieux

### Cartes de situations (jeux de rôle) sur le thème de la pression du groupe:

Laura et quelques copines veulent aller au kiosque acheter des sucreries et des magazines. Personne n'a d'argent. Comme Laura habite tout près, ses copines la poussent à aller se servir dans le porte-monnaie de sa mère. Laura s'oppose à cette idée.

Jouez cette scène.  
Comment la discussion pourrait-elle se dérouler?  
Comment pourrait-elle se terminer?

La classe 2c va avoir une épreuve d'allemand au cours suivant. Tim est bien préparé, il a beaucoup travaillé. Quelques copains et copines n'ont rien appris et voudraient qu'il leur dise les réponses pendant le test. Tim sait qu'il risque gros.

Comment convaincre Tim pendant la récréation?  
Jouez la scène.

Les parents de Pietro sont absents. Il en profite pour inviter ses copines et copains à une fête chez lui. Tout à coup, quelqu'un sort un paquet de cigarettes et certains veulent fumer dans l'appartement. Cela ne plaît pas du tout à Pietro.

Jouez cette scène.  
Comment la discussion pourrait-elle se dérouler?

Trois filles de la classe reviennent ensemble de l'école et elles n'ont pas envie de rentrer tout de suite à la maison. A un coin de rue, elles rencontrent deux garçons un peu plus âgés qui ne les avaient encore jamais regardées. Sue et Louise proposent de fumer une cigarette et de leur en offrir une, pour avoir l'air plus cool et plus âgées. Gracia n'a jamais fumé et n'a pas l'intention de s'y mettre.

Quel pourrait être leur dialogue?  
Jouez cette scène.

## Proposition didactique 5: Le tabagisme dans les films et la publicité

---

### Informations pour l'enseignant-e

#### Temps nécessaire

2 périodes séparées de quinze jours

#### Objectifs

- Identifier la «publicité cachée» dans les films
- Déceler les propriétés que l'on attribue à la cigarette dans les films et la publicité
- Prendre conscience des groupes-cible qui sont visés
- Prendre conscience de la façon dont nous sommes influencé-e-s au quotidien par les stars et par nos modèles en général (musique, coiffure, vêtements, style de vie, etc.)

#### Introduction

Pourquoi l'industrie du tabac a-t-elle intérêt à ce que les jeunes commencent précocement à fumer? C'est parce qu'elle ne cesse de perdre des client-e-s, soit qu'ils meurent, entre autres de maladies liées au tabac, soit qu'ils arrêtent de fumer. L'industrie du tabac doit donc continuellement s'attirer une nouvelle clientèle. Etant donné que la plupart des fumeuses et fumeurs commencent à l'adolescence et se fixent ensuite sur une marque favorite, les jeunes sont un groupe-cible primordial pour les producteurs, bien qu'ils prétendent le contraire.

---

### Fiche de travail

Réfléchissez aux 3 derniers films ou séries que vous avez vus. Avez-vous remarqué des scènes dans lesquelles des acteurs et actrices fumaient?

#### Pourquoi réfléchir à de la publicité dans des films?

Une séquence de film où l'on fume est une promotion efficace pour le tabac car elle n'est pas perçue comme telle. Les images se fixent dans la tête des spectatrices et des spectateurs, le plus souvent à leur insu. Des études mettent en évidence que les jeunes commencent d'autant plus à fumer qu'ils ont été exposés plus souvent à l'image de personnes qui fument au cinéma et dans la publicité.

Uniquement en anglais: le site [www.scenesmoking.org](http://www.scenesmoking.org) liste les derniers films américains et les sorties récentes en DVD et Blue Ray selon le nombre de scènes de tabagisme.

#### Tâches pour les deux semaines à venir:

Attention: ces tâches ne signifient pas que dorénavant vous ne devrez plus quitter vos écrans!

Faites une liste des films, séries, émissions que vous regardez ou des vidéos partagées. Observez si on y fume, qui fume, dans quel contexte. Dans deux semaines (ou plus), les résultats seront discutés en classe.

#### Discutez des points suivants:

- Dans combien d'émissions et de films visionnés fumait-on? (quel pourcentage ?)
- Lorsqu'on y fumait, était-ce présenté comme quelque chose de positif ou de négatif?
- Quelle était l'attitude des personnes qui fumaient dans le film et quels messages faisaient-elles passer? Par exemple, être cool, le luxe, la rébellion, être sexy, etc.
- Est-ce que votre regard sur la publicité cachée s'est aiguisé? Regardez-vous maintenant les films de façon plus critique?
- Croyez-vous que les jeunes désirent s'habiller comme leurs stars et leurs modèles ou avoir la même coiffure?
- Dans quel domaine vous laissez-vous influencer par des personnes célèbres ou des modèles (habillement, coiffure, langue, comportement, goûts musicaux, etc.)? Lorsqu'une personne que vous appréciez fume, vous laissez-vous aussi influencer?

# Informations complémentaires sur le thème «Fumer ou ne pas fumer? Raisons et motifs»

## Internet pour des jeunes:

[www.ciao.ch](http://www.ciao.ch)

Des réponses de spécialistes aux questions des jeunes et des informations pertinentes sur le tabac et autres thèmes intéressant les jeunes

## Internet pour enseignant-e-s:

[www.at-suisse.ch](http://www.at-suisse.ch)

Voir en particulier les onglets «Jeunes/école» et «Expérience non-fumeur»

Voir également les sites des CIPRET romands, leurs matériels d'information comme par exemple des vidéos et films sur le site du CIPRET Vaud [www.cipretvaud.ch/videos-et-film-sur-le-tabac/](http://www.cipretvaud.ch/videos-et-film-sur-le-tabac/)

## Brochures et autres matériels:

Disponibles gratuitement ou téléchargeables auprès de l'Association suisse pour la prévention du tabagisme:

[www.at-suisse.ch](http://www.at-suisse.ch), [shop](http://shop.addictionsuisse.ch):

- Tabagisme dans les films
- Tabac: Publicité pour un produit controversé, dépliant sur le thème de la publicité pour le tabac en Suisse et en Europe

Disponibles auprès d'Addiction Suisse

Ont paru dans la même série «Les jeunes et les cigarettes»

- **Cahier 1:** Fumer nuit à votre santé
- **Cahier 3:** Culture et produits du tabac, stratégies de l'industrie du tabac

Ceci de même que le matériel d'information de **Addiction Suisse** suivant peuvent être commandés ou téléchargés sur le site <http://shop.addictionsuisse.ch> ou au numéro suivant: 021 321 29 35.

- **Focus «Tabac»:** feuille d'information sur le tabac et le tabagisme pour les adultes
- **Flyer «Tabac»:** dépliant pour les jeunes, avec des informations sur la consommation du tabac
- **Flyer «Shisha, Snus & Co»:** dépliant pour les jeunes, avec des informations sur les produits tels que la pipe à eau, le snus, le tabac à chiquer, etc.
- **Flyer e-cigarette**
- **Factsheet e-cigarette**
- **Matériel pour soirées des parents:** Diaporama ainsi que des notes et des conseils venant compléter les brochures. A l'intention des soirées de parents, en introduction au thème de la prévention des dépendances. A télécharger ici: [shop.addictionsuisse.ch](http://shop.addictionsuisse.ch)