

- PLUGGED -

PROGRAMME DE PRÉVENTION DES CONDUITES ADDICTIVES EN LYCÉE

APPROCHE COMBINÉE : COMPÉTENCES PSYCHOSOCIALES ET INFLUENCE SOCIALE

CHER ANIMATEUR,

Ce programme est un programme de prévention des conduites addictives en milieu scolaire (destiné aux établissements), qui travaille sur les influences sociales et sur le développement des compétences psychosociales, au fil des différentes séances qu'il comporte. La recherche montre que cette approche combinée serait la plus efficace, et qu'elle agit également sur le climat scolaire. Dans ce présent livret, vous trouverez des informations de base, les séances ainsi que diverses propositions concrètes d'activités à réaliser en classe.

La prévention dès le plus jeune âge

La recherche montre qu'une efficacité des actions provient d'une anticipation de celles-ci : plus nous intervenons tôt, plus nous prévenons (dès les premières années de l'adolescence). Les cigarettes, l'alcool et le cannabis sont des substances que les jeunes ont peut-être déjà essayées. De même, d'autres substances illégales font de plus en plus partie de l'expérience de vie de certains. Nous savons aujourd'hui que les informations sur les risques et les effets des substances ne sont pas suffisantes (voire peuvent être contre-productives) si elles ne sont pas en lien avec un développement des compétences psychosociales et une approche via leurs représentations. C'est la raison pour laquelle nous avons fusionné les aptitudes personnelles (surtout la pensée critique) et sociales dans ces séances. Dans cette démarche, il est primordial de les expérimenter, de les intégrer dans leur vie quotidienne et d'en parler avec d'autres personnes (que ce soit leurs pairs ou des adultes). Cela suppose également une idée sous-jacente de dynamique territoriale : lien entre les établissements, les partenaires, les familles, etc.

Ce programme en lycée vient à la suite d'un programme diffusé en collège appelé « Unplugged ». Même si la prévention primaire – avant que les comportements n'apparaissent – est plus efficace quand les personnes sont jeunes, elle ne doit pas s'arrêter pour autant à un âge spécifique : c'est le défi d'une prévention tout au long de la scolarité des adolescent(e)s. En tant que membre de la communauté éducative, vous pouvez créer des opportunités pour faire participer les élèves, faire le lien entre les séances et ce que les élèves savent déjà et vous pouvez fixer des objectifs réalistes.

Une formation interactive

Le programme Plugged a été limité à 5 séances, à organiser en fonction de vos réalités de terrain (quelle temporalité, sur quel temps scolaire, etc.). Nous avons mis au point une formation de deux journées de 6h, et nous recommandons chaudement à tous les membres de la communauté éducative d'un établissement de participer à cette formation interactive. Les partenaires des établissements peuvent y être conviés.

Dans cette formation, nous vous présentons la toile de fond et la structure des séances en plus de la posture et des méthodes nécessaires pour travailler sur les compétences psychosociales de l'élève et sur les influences sociales. L'interactivité est une composante clé du programme Plugged car ce programme est bien plus que de simples questions-réponses : le but de l'exercice est de *faire parler vos élèves et de travailler ensemble de manière positive*.

Se mettre au travail

L'introduction du présent manuel vous fournira le bagage théorique nécessaire au programme. Avant de démarrer, nous vous invitons à lire attentivement comment le programme est conçu ; vous y trouverez des conseils utiles qui devraient vous aider à préparer les travaux pratiques des séances. Nous avons veillé à vous donner des instructions aussi concrètes et détaillées que possible pour préparer les séances. Nous espérons que cela vous inspirera un travail créatif.

Prenez du plaisir avec les séances Plugged !
L'équipe de l'OTCRA et ses partenaires

TABLE DES MATIÈRES

PREMIÈRE PARTIE : INTRODUCTION.....	4
Plugged, une prévention fondée sur des données probantes	4
Conseils et rappels pédagogiques	4
Comment Plugged est-il constitué ?.....	5
Caractéristiques des séances et consignes	5
Formation de l'intervenant.....	6
Matériel didactique.....	6
DEUXIÈME PARTIE : INSTRUCTIONS POUR LES SÉANCES.....	7
Séance 1 : Croire ou ne pas croire... les consommations	8
Séance 2 : Faire ou ne pas faire comme les autres	11
Séance 3 : Pub ou contre-pub	14
Séance 4 : Prévent'action (1)	17
Séance 5 (annexe) : Prévent'action (2)	20
TROISIÈME PARTIE : OUTILS	22
Fiches annexes des séances	23
Exercices énergisants	36
Informations sur les substances à l'attention de l'animateur.....	38
Module Annexe : Quiz pour jeunes	42
Références	49

PREMIÈRE PARTIE

INTRODUCTION

UNE PRÉVENTION FONDÉE SUR DES DONNÉES PROBANTES

Les chercheurs et praticiens de la prévention des conduites addictives ont convenu, ces dernières années, d'une liste de caractéristiques qui déterminent l'efficacité des programmes scolaires : modèle d'influence sociale globale, compétences psychosociales, normes, engagement de l'élève à ne pas consommer, inclusion des interventions familiales.¹

Cependant, il n'y a que peu de programmes spécifiquement conçus pour les pays européens et la plupart des programmes qui ont fait l'objet d'études d'évaluation ont été développés aux Etats-Unis.

Les dernières recherches et publications en date reconnaissent que la prise de substances est, pour de nombreux adolescents, un élément de leur mode de vie. Cela implique que l'influence sociale de la consommation de tabac, d'alcool et d'autres substances est forte.

Les nouvelles approches de prévention utilisent des techniques de formation tenant compte de l'influence sociale globale où les comportements sont présentés et exercés pour renforcer les attitudes et les compétences permettant d'aider les adolescents à résister à la pression liée aux consommations de substance.

Le but de cette approche est d'équiper les adolescents des compétences et ressources spécifiques dont ils ont besoin pour décrypter les influences² sociales et ainsi faire des choix éclairés vis-à-vis des consommations de substances. Mais l'influence sociale est également reprise dans le programme comme un facteur de protection permettant de prévenir la consommation de substances (notamment retarder l'expérimentation).³

Les méthodes interactives utilisées dans ces programmes se concentrent sur la manière de développer des compétences permettant d'intégrer le relationnel et un réseau social fort dans l'approche de la promotion de la santé et de la prévention des consommations à risque. La plupart des programmes de compétences psychosociales connus s'inscrivent dans le modèle d'influence sociale globale, comme c'est le cas pour Plugged.

Les premiers programmes de prévention des conduites addictives évalués étaient fondés sur le présupposé que les adolescents évitent de fumer ou de boire si on leur donne suffisamment d'informations quant aux effets néfastes de telles substances. Hélas, il a été révélé que ces efforts n'avaient que peu d'incidence sur leurs attitudes ou leurs comportements.

En reconnaissant les limites des initiatives uniquement fondées sur le savoir, les stratégies développées en incorporant le modèle affectif présentaient une approche beaucoup plus large et excluaient souvent les informations factuelles.⁴

QU'EST-CE QUE PLUGGED ?

Plugged est un programme scolaire de prévention des conduites addictives fondé sur l'approche de l'influence sociale globale, qui comprend une approche de promotion de la santé via le développement des compétences psychosociales (surtout la pensée critique).

CONSEILS & RAPPELS PÉDAGOGIQUES

La réussite des séances Plugged que vous donnerez dépend largement de la manière dont les élèves échangeront leurs idées et leurs sentiments en groupe. C'est leur propre contribution et leur propre responsabilité. Votre rôle dans ce processus est d'accroître la coopération et l'interaction positives entre les jeunes, garçons et filles, de votre classe, de par votre posture bienveillante et ouverte. Le programme contient de nombreuses méthodes dynamiques de travail par deux ou en petits groupes et les élèves développeront aussi leur aptitude à débattre et à partager leurs réflexions en grand groupe.

Avoir une approche ouverte et bienveillante

Etant garant du cadre bienveillant, n'hésitez pas à relancer sur celui-ci : « *Vous pouvez ne pas être d'accord, mais respectez l'autre* ». Dans les moments plus difficiles (bruits, non-attention), parlez de vous : « *je me sens agacé(e), énervé(e) par le bruit, j'ai besoin de plus de calme, pouvez-vous baisser d'un ton/être + attentifs svp ?* »

De plus, vous aurez le soin d'interdire qu'un élève rie ouvertement d'un autre élève. Cependant, les règles du jeu sont plus pointues que cela, comme vous l'aurez certainement déjà constaté avec les jeunes adolescents. Lorsque vous constatez qu'il y a des rires et de l'humiliation dans l'air, que ce soit ouvertement ou sous le manteau, vous devez parler ouvertement de ce que vous entendez ou voyez. En de telles occasions, votre rôle sera de donner sûreté et sécurité au groupe pour que ce dernier serve de laboratoire d'expérimentation des compétences sociales et personnelles.

En tant qu'animateur, vous devez répondre en votre âme et conscience aux questions sur les valeurs. Les jeunes veulent savoir ce que vous pensez. N'hésitez pas à être authentique, tout en leur donnant l'occasion de réfléchir. En analysant le comportement et les expressions des autres, les ados apprennent à découvrir les différentes représentations des gens autour d'eux, et ainsi comprendre d'autres réalités.

Le droit de passer son tour

Si vous demandez aux élèves de faire part de leurs expériences personnelles, de leurs réflexions ou de leurs sentiments, vous devez donner aux élèves le droit de refuser de parler, de passer leur tour. C'est une décision de l'élève lui-même mais, en tant qu'animateur, vous avez une grande influence par la façon dont vous posez les questions (par exemple, posez vos questions à la classe en général et pas à un élève).

Parfois, les élèves silencieux n'ont pas besoin de s'exprimer verbalement car ils apprennent autant en écoutant que leurs camarades de classe apprennent en parlant.

La place de l'intervenant dans l'échange

En répétant ce qu'un(e) élève a dit, ou en le reformulant, les élèves peuvent vérifier, clarifier et comprendre ce que l'autre veut dire. C'est important dans un cercle de discussion mais cela deviendra plus important encore lors des travaux en sous-groupes que les élèves seront amenés à réaliser. En participant à la discussion, vous donnez l'exemple, vous encouragez la participation active de la classe, et vous prouvez que vous ne leur demandez pas de faire quelque chose que vous n'aimez pas faire vous-même.

Des techniques de communication

- Parler **distinctement** : pas trop vite, pas trop lentement
- Emettre des **phrases courtes**, claires & simples
- **Changer le ton** (que ça ne soit pas monocorde), mais garder sa voix de « base » (ne pas se forcer à monter dans les aigus ou les graves).
- Mettre les **messages clés** en valeur
- Utiliser **la reformulation**
- Adapter son vocabulaire à l'âge des jeunes, mais ne pas hésiter à utiliser **des mots nouveaux** en les expliquant bien.

Petite astuce : si vous vous mettez à chuchoter momentanément, vous pouvez arrêter les conversations fortuites et attirer l'attention - cela a le même effet quand on écrit plus petit : cela nous demande plus de concentration et d'attention !

Le message passe plus par le non-verbal que par les mots :

- S'appuyer sur ses **gestes et regards**
- Se positionner de préférence **debout**, pas trop loin ni trop près : le mieux est devant un cercle pour que tous les jeunes se voient et vous voient.
- Occuper l'espace en **changeant de temps en temps** d'endroit (attention à ne pas trop bouger).

Beaucoup de facteurs jouent sur la dynamique de groupe : l'organisation de l'espace, la température de la pièce, le nombre de participant, la contrainte d'être là, ... Certains dépendent donc de l'intervenant et de ses fonctions.

COMMENT PLUGGED EST-IL CONSTITUÉ ?

Les diverses unités du programme se concentrent sur ces composantes : la pensée critique et les influences sociales.

Le tableau ci-dessous vous donne un aperçu des objectifs des séances du programme Plugged. Nous vous recommandons de garder les objectifs des séances présentes à l'esprit mais aussi de les communiquer aux élèves afin qu'ils puissent y contribuer, y travailler et réfléchir à la manière d'y répondre.

	Titre	Objectifs
1	Croire ou ne pas croire... Quelles vérités sur les consommations?	Présenter le programme, le cadre, développer la pensée critique, corriger les normes
2	Faire ou ne pas faire comme les autres	Clarifier et expérimenter l'influence des pairs
3	Pub ou contre-pub	Clarifier et expérimenter l'influence des médias et des stratégies marketing
4	Prévent'action (1)	Devenir acteur de prévention, favoriser les messages positifs
5	Prévent'action (2)	Présenter les supports, débat

CARACTÉRISTIQUES DES SÉANCES ET CONSIGNES

Les éléments suivants sont des éléments standards qui reviennent dans chacune des séances :

Le titre

Le titre est le résumé de la séance ; il utilise parfois un langage destiné à provoquer, à lancer le débat. Vous pouvez l'écrire au tableau ou l'utiliser comme annonce ou comme titre pour exposer clairement à vos collègues ce que vous faites pendant les séances du programme.

Quelques mots à propos de la séance

Il s'agit là de l'exposé des motifs de la séance et de sa toile de fond. Vous y lirez quelques éléments, que vous pourrez ensuite reformuler avec vos propres mots, aux élèves en guise d'introduction, voire aux parents s'ils vous demandent pourquoi vous avez fait tel ou tel exercice.

Les objectifs

Ce chapitre décrit les résultats que l'on souhaite atteindre au fil des diverses parties de la séance en expliquant, par exemple, la préparation, le début de séance, les activités principales et la conclusion. Dans la plupart des séances, il y a une liste de trois objectifs.

Ce dont vous avez besoin

- Une liste de matériel vous est donnée ; ce matériel devrait être à portée de main pendant les séances.
- Quelques conseils pour vous aider à animer la séance.
- Quelques petits conseils pratiques ou pédagogiques vous sont communiqués et devraient vous aider.

L'introduction de la séance

Nous suggérons une activité introductive qui peut ouvrir la séance. C'est ce que l'on pourrait appeler le positionnement ou le point de départ de la séance.

De plus, dans chaque début de séance, vous reviendrez un petit temps sur la séance précédente et sur le challenge qu'ils ont dû réaliser.

Les activités principales

Pour chaque séance, il vous est donné une liste détaillée et concrète d'activités au choix.

La conclusion

Cette section reprend un résumé des activités principales de la séance et, parfois, son évaluation. Il peut s'agir d'un tour de table ou d'un dialogue avec des questions ouvertes. La conclusion d'une séance peut également prendre la forme d'un jeu, qui sera parfois très court.

En résumé...

Le résumé consiste en un très bref aperçu de la séance. Vous pouvez garder un œil sur ce résumé pendant la séance pour veiller à bien canaliser le travail pour ne rien

FORMATION DE L'INTERVENANT

Le modèle d'influence sociale globale implique l'utilisation de modes d'enseignement interactifs.

VOTRE ENGAGEMENT A PLUGGED

- Intervenir de manière interactive auprès des jeunes
- Libérer des heures et du temps nécessaires à ce long programme.
- Impliquer l'établissement de manière générale : cette approche est une dynamique à valoriser (pour que ça ne dépendent pas que de certains enseignants par exemple).
- Cela va au-delà du programme : c'est une posture à adopter, que vous pouvez utiliser au quotidien !

Cette méthode exige des professeurs participant à cette intervention qu'ils puissent participer à une formation spécifique en travail scolaire interactif qui s'ajoutera aux instructions quant à la manière d'utiliser le matériel didactique du programme. Nous avons développé un module de formation pour membres de l'Education Nationale de deux journées de 6 heures, dans le cadre des Formations d'Initiative Territoriale (FIT).

Ce module FIT met en lumière les principales composantes du programme, sa toile de fond et sa structure, ainsi que de la théorie sur les conduites addictives. Le formateur se concentre sur les attitudes et les styles importants pour les futurs animateurs. Outre le fait de présenter la toile de fond et la structure des séances, la formation se concentre sur les attitudes et méthodes nécessaires pour travailler sur les expériences de vie et le modèle d'influence sociale globale (CSI). Dans ce cadre-là, les futurs intervenants vont pouvoir se questionner sur leurs représentations des consommations et de l'adolescence et sur leur posture. La formation ne se veut pas seulement instructive mais aussi largement interactive ; les participants ont ainsi l'occasion de s'essayer à la pratique de certains volets des séances et activités Plugged. C'est un peu comme si, pour ce genre d'exercices, le futur intervenant était assis à la place de l'élève.

MATÉRIEL DIDACTIQUE

Tout le matériel nécessaire au programme est disponible sur le site web de l'Observatoire Territorial des Conduites à Risque de l'Adolescent (OTCRA) : <http://www.otcra.fr>. Nous vous recommandons de lire attentivement tout le matériel avant de démarrer le programme. Chaque personne doit avoir un jeu complet du matériel didactique y compris les instructions liées à chaque séance, ainsi que la toile de fond et l'introduction. Les fiches annexes à distribuer aux jeunes sont des instruments permettant de faciliter la participation des élèves et l'intégration des résultats du programme dans la vie quotidienne de chaque élève.

DEUXIÈME PARTIE
INSTRUCTIONS POUR LES SÉANCES

APERÇU DES SÉANCES

Séance 1 : Croire ou ne pas croire... les consommations8
Séance 2 : Faire ou ne pas faire comme les autres11
Séance 3 : Pub ou contre-pub14
Séance 4 : Prévent'action (1)17
Séance 5 (annexe) : Prévent'action (2)20

CROIRE OU NE PAS CROIRE...

QUELLES VÉRITÉS SUR LES CONSOMMATIONS ?

QUELQUES MOTS SUR CETTE SÉANCE

Cette séance a pour but de rentrer dans le programme et d'introduire la prévention des conduites addictives. Vous posez les bases du programme, les méthodes et la démarche. De plus, vous amenez la notion de croyance normative : nous avons tendance à surestimer la consommation des jeunes !

OBJECTIFS

Vous...

- Présenter le programme et poser un cadre bienveillant

Les élèves ...

- Exploreront les représentations autour de la consommation / Identifier d'éventuels facteurs de risque
- Obtiendront des informations vérifiées sur les prévalences des consommations de substances (= diminuer l'impact des croyances normatives)
- Renforceront des compétences : travail en groupe, argumentation/affirmation de soi, prise de décision, résolution de problème.

CE DONT VOUS AVEZ BESOIN

- Plein de post-it
- Un tableau ou paperboard
- La fiche « La vente aux enchères des pourcentages »
- La fiche « Les vrais chiffres des consommations »
- Papier/crayon

QUELQUES CONSEILS POUR VOUS AIDER À ANIMER CETTE SÉANCE

Pour la méthode de Delphes : Préparez en amont en ayant une vision claire du nombre de personnes par groupe. S'ils sont impairs, précisez dès le début qu'un groupe sera 3 (pour ne pas laisser quelqu'un de côté).

Définissez à l'avance, selon le nombre de jeunes, le temps imparti à chaque regroupement (donnez peut-être plus de temps quand ils sont 6 que quand ils sont 2).

Pendant l'activité, n'hésitez pas à passer dans les petits groupes pour favoriser les débats, ainsi que recueillir les post-it mis de côté (cela vous permet de commencer à créer des thèmes).

PRESENTATION DU PROGRAMME 10 MINUTES

Nous allons vous présenter ce pourquoi nous sommes ensemble ici et maintenant. Ce temps est consacré à un programme de prévention des consommations à risque qui durera 4 séances. C'est un temps pour vous, et par vous. Le principe de base est de vous faire participer, de réfléchir ensemble et de construire des choses, en lien avec les consommations (ou non).

Il est basé sur les recherches actuelles et sur d'autres programmes anglophones. Aucun incident lié aux substances n'a poussé l'établissement à lancer le programme.

Plugged est un programme de prévention dont le but est d'agir avant que les incidents ne surviennent.

Il est essentiel que vous compreniez que ce n'est pas un cours, mais que j'utiliserai des techniques d'enseignement interactives. Cela signifie que je vous demanderai de participer activement à toutes les séances et vous aurez l'opportunité de vous parler en petits ou grands groupes. C'est un temps et un espace pour échanger entre vous et avec moi. Ainsi, quand nous amorcerons des discussions, adressez-vous à tout le monde, et non qu'à moi, comme on peut avoir l'habitude de faire en cours. Dans ce programme, je ne suis pas... [enseignant, AED, infirmière...] mais un animateur présent pour organiser et structurer les activités et les discussions.

Vous pourrez choisir comment on aménage l'espace dans ce cadre-là : sans table (en cercle et/ou assis par terre), par petit groupe, en U, en cercle, etc. Posez vous de façon à être le mieux possible.

CADRE ET REGLES DU GROUPE

«Pour que tout le monde puisse s'exprimer comme il l'entend et en « sécurité », il est nécessaire que nous soyons bienveillants et respectueux entre nous (élève-élève et élève-adulte)». Il est important de définir avec les jeunes ces notions de bienveillance et respect car nous n'en avons pas tous la même définition et représentations. Par exemple, pour certains le respect c'est de baisser les yeux face à quelqu'un alors que pour d'autres c'est l'inverse! Quels exemples concrets ? [ne pas se couper la parole, éviter le jugement, s'écouter les uns les autres, ne pas forcer les autres à parler...]

Personne n'est obligé de parler, mais tout le monde est invité à le faire. Est-ce que vous avez besoin d'autres choses pour être au mieux pour commencer la séance ?

REPRÉSENTATIONS DES JEUNES

Vous allez poser la question suivante : « *Selon vous, pourquoi certaines personnes consomment ?* » [vous pouvez poser d'autres questions comme « *selon vous, quels effets auraient la consommation de cannabis sur ta vie d'ado ?* » / « *qu'est-ce que pour vous «les conduites addictives ?* » ...]. Pour répondre à cette question, ils utiliseront la Méthode de Delphes. Grâce à cette technique d'animation, ils travaillent différentes compétences : la résolution de problème et la prise de décision, savoir s'affirmer, la pensée critique (connaître ses influences), la communication bienveillante et négocier des compromis (résoudre un conflit).

Chaque participant note pour lui-même 5 propositions par rapport à cette question. [Nous vous conseillons de donner les consignes au fur et à mesure]

Les jeunes se regroupent par deux, échangent sur les 10 propositions (5 post-it de l'un et 5 post-it de l'autre) et vont devoir n'en retenir que 5 parmi les 10 (prise de décision groupale). Ils doivent donc argumenter et négocier leurs choix. Les décisions doivent se prendre – si possible – par consensus : tout le monde doit être d'accord (il s'agit d'un consensus forcé donc le résultat n'est pas exhaustif).

Chaque duo se regroupe ensuite avec un autre duo : de la même manière ils échangent, négocient et argumentent pour ne retenir que 5 propositions sur les 10. Les quatuors retrouvent un autre quatuor, et ainsi de suite. [1 \ 2 \ 4 \ 8 \ 16 personnes, etc.].

Il est important de garder les propositions individuelles mises de côté qui sont riches, et de les catégoriser sur un tableau autre.

La restitution peut se faire en arrêtant les regroupements ou jusqu'à arriver à la totalité de l'effectif.

Vous récupérez les 5 post-it restant, et les accrochez au tableau pour en dégager des axes (influences personnelles, sociales ou physiques par exemple / facteurs de risque, facteurs de protection). Vous en discutez avec les jeunes, afin qu'ils expriment leurs représentations.

Pour cette animation, vous devez mettre en avant des capacités de synthèse et de reformulations. Selon certaines affirmations objectivement fausses d'élèves, vous pouvez les reprendre (par exemple, « certains boivent pour se réchauffer » → oui, il y a une impression de chaleur mais en fait l'alcool fait diminuer la température corporelle !)

Si vous n'avez pas de réponses, ou si une représentation d'un jeune vous semble basée sur de fausses croyances, dites-le et prévenez que vous vous renseignerez [ou demandez aux jeunes de se renseigner eux-mêmes et d'apporter la réponse à la séance prochaine]. Il est important que les informations que vous leur donnez soient vraies et validées.

LE JEU DES POURCENTAGES

Distribuez la fiche **LE JEU DES POURCENTAGES** puis récoltez leur croyance vis-à-vis des pourcentages de consommateurs de tabac/alcool/cannabis. Vous pouvez utiliser des méthodes interactives :

- **La vente aux enchères** : « *On va faire une vente aux enchères des pourcentages que vous pensez vis-à-vis des consommations. Je vous distribue une fiche où vous notez, pour vous, le pourcentage de jeunes qui ont consommé. [Leur laisser 2 minutes pour remplir]. La règle à la vente aux enchères, c'est monter petit à petit. Des questions ? OK, on commence avec la consommation récente de tabac (au - une fois lors des 30 derniers jours). On part à 2 % ! 2%, qui dit mieux ?* » [10%] « *Anna dit 10%* » [35%] « *Une offre à 35%* », etc.

- **L'ardoise** (ou tablette ou feuille) : au lieu d'écrire sur leur fiche jeu des pourcentages, ils ont une ardoise ou feuille blanche sur laquelle ils notent leur réponse puis la soulèvent pour montrer au groupe leur représentation.

- **Le post-it** : vont coller leur post-it « Pourcentage » dans un tableau dessiné par vous ; ou encore divisez la salle en 5 parties : un coin sera 0-20% / un autre 21-40% / 41-60% / 61-80% / +80%. Vous questionnez sur « quelle est le % de jeunes de 16 ans etc... » et les jeunes se déplacent dans la salle selon leur représentation et le nombre écrit sur leur support.

Les consommations concernées (pour organiser votre jeu) : D'autres chiffres sont disponibles sur le site de l'OFDT dans le rapport « Jeunes et addiction ».

- A 17 ans, la consommation récente de cannabis (21%), d'alcool (66.5%), de tabac (34.1%)
- A 17 ans, la consommation récente d'Alcoolisation Ponctuelle Importante (au moins 5 verres en une soirée) = 44%
- L'expérimentation en 2nde du tabac (57%), de l'alcool (85%) et du cannabis (35%).

Nous vous conseillons de ne garder que 3 ou 4 chiffres pour le partage car sinon cela peut être long.

A la fin du jeu, distribuez la fiche **LES VRAIS CHIFFRES DES CONSOMMATIONS**.

Les représentations sont parfois basées sur des croyances normatives, croyances de normes sociales. [Redonnez le pourcentage final à la vente aux enchères] Vous pensez par exemple que [... %] jeunes ont tendance à boire. Les vrais chiffres ne montrent pourtant pas d'aussi hauts pourcentages !

Prenez un temps pour accompagner cette confrontation de leur croyance avec la réalité des chiffres.

« *Pourquoi avons-nous tendance à surestimer ces chiffres ? C'est bien souvent à cause de plusieurs influences. Nous allons les explorer dans ces différentes séances* » : présentez la grande feuille reprenant les 4 séances, et donnez votre propre description de *Plugged* et des sujets des leçons ; expliquez pourquoi vous avez choisi ce programme et pourquoi vous pensez que cette classe peut y participer.

EXEMPLE :

Plugged = Branché/connecté :

- nous sommes tous en lien, déjà parce qu'on est tous des êtres humains,
- nous sommes de +/+ connecté, via les nouvelles technologies ce qui peut créer des addictions
- les **systèmes d'influence** qui peuvent nous connecter entre nous (influence constructive)

Mais *Plugged* = aussi « obturé/aveuglé » → **des systèmes d'influence** peuvent obturer notre esprit critique et nos comportements.

Les différentes séances de *Plugged* vont venir pointer ces différentes influences que vous pourrez rencontrer dans votre quotidien, et qui font agir, parfois, contre sa volonté.

CONCLUSION (5 - 10 MIN)

PARTAGE COLLECTIF

- Mettre en mots son expérience vécue durant l'activité (et écouter celles des autres)
- Dégager des nouveaux savoirs, savoir-faire, savoir-être qui vont pouvoir être utiles dans la vie quotidienne.

PROPOSER UN TEMPS DE PARTAGE EN 3 TEMPS :

1. **L'expérience vécue durant la séance** : Comment avez-vous vécu cette séance ? Qu'est-ce qui s'est passé pour vous ? qu'avez-vous ressenti ? Est-ce qu'il y a des choses qui ont été plus faciles ? plus difficiles ? ...
2. **La spécificité de l'expérience** : En quoi cette expérience a été différente de ce que vous vivez habituellement ?
3. **L'utilité pour moi dans ma vie quotidienne** : Qu'est-ce que vous pouvez retenir de cette expérience ? En quoi ce que j'ai vécu peut m'être utile ?...

BRAINSTORMING

Faire 3 colonnes au tableau (ou paperboard) pour ces 3 questions et recueillir leurs impressions en remplissant les colonnes adéquates [si vous avez le temps, avec des post-it distribués aux élèves]

RAPPEL INDIVIDUEL

- Favoriser un apprentissage positif des compétences émotionnelles

Demandez aux élèves d'écrire sur un papier 3 choses positives en lien avec la séance : « Sans réfléchir, laissez venir à l'esprit 3 choses positives que vous avez vécues durant cette séance. Ecrivez-les sur un papier (agenda, cahier, ...) »

→ Synthèse

Il arrive très souvent que les jeunes gens croient que la quantité de substance consommée par leurs pairs est plus élevée qu'en réalité. « Les croyances fixent la norme » : si vous croyez que la plupart des jeunes de 15 ans boivent de l'alcool, vous partirez du principe que c'est la norme, alors que ce n'est pas le cas.

Toutes ces croyances que vous avez viennent des différentes influences : son entourage direct, les médias, la publicité, la société en général... Les médias préfèrent mentionner les chiffres calculés sur toute une vie, alors que bon nombre de personnes essayent une substance une seule fois ou juste quelques fois et puis arrêtent tout simplement de consommer, pour une ou diverses raisons.

Cette manière de se concentrer sur « la consommation de substances tout au long de la vie » nous donne une fausse impression de la situation. Nous allons approfondir et décortiquer dans les prochaines séances ces différentes influences afin de pouvoir prendre du recul vis-à-vis de celles-ci.

CHALLENGE (2 MIN)

Questionnez les gens autour de vous (entourage, connaissances dans le lycée et en dehors) sur leur consommation d'alcool/cannabis/tabac et sur leur représentation.

Les questions qu'ils peuvent poser :

- Que pensez-vous des consommations de substances psychoactives (alcool, tabac et cannabis principalement) ?
- Que pensez-vous du rapport entre les médias et les consommations d'alcool / tabac / cannabis ?
- Que pensez-vous du rapport entre la société et les consommations d'alcool / tabac / cannabis ?
- Est-ce que vous pensez qu'il existe une pression sociale vis-à-vis des consommations ?

Attention au phénomène suivant : vous allez avoir tendance à aller vers votre entourage qui a parfois les mêmes représentations/croyances que vous, ce qui vous semblera ancrer vos propres croyances ! Essayez d'étendre votre sondage à des personnes autres !

EN RÉSUMÉ...

1. Présentation du programme et donner un cadre bienveillant
2. Les élèves réfléchissent au sujet de la consommation
3. Les élèves pratiquent un jeu de vente aux enchères (confrontent leur croyance avec la réalité)
4. Les élèves partagent sur ce qu'ils ont vécu
5. Après une conclusion, vous les challengez !

FAIRE OU NE PAS FAIRE COMME LES AUTRES

QUELQUES MOTS SUR CETTE SÉANCE

Cette séance se concentre sur l'expérience de l'appartenance à un groupe. Vous étudierez la dynamique par laquelle, notamment à l'adolescence, les groupes se forment et fonctionnent.

Le besoin d'appartenance est présent dans différentes théories en psychologie : dans la pyramide de Maslow, où elle est située au troisième niveau après le bien-être physiologique et la sécurité dans la hiérarchie des besoins ; fait partie des 3 besoins psychologiques fondamentaux (théorie de l'auto-détermination de Deci & Ryan, 1985, 1991) avec le besoin d'autonomie et de compétence. Les gens veulent et ont besoin de sentir qu'ils font partie d'un groupe, d'être connectés et de collaborer avec autrui.

Tout au long de la vie, la *conformité sociale* peut être une manière de répondre à ce besoin (surtout à l'adolescence, où l'opinion des autres compte beaucoup). Voilà ce qui pourrait expliquer l'influence du groupe sur les comportements, les normes et les attitudes personnelles de chacun de ses membres.

Dans certains groupes d'adolescents, un ensemble de règles se développent spontanément. Si vous voulez être accepté par les autres, vous devrez adopter ces normes. Particulièrement à leur âge, se sentir membre d'un groupe peut amener à adopter des comportements qui ne correspondent pas à leurs valeurs (surtout qu'ils se questionnent dessus). Cela peut notamment être le cas avec des comportements nocifs pour la santé comme fumer ou boire de l'alcool. Ces comportements le sont d'autant plus que leur cerveau est en maturation (jusqu'à 25 ans environ).

Attention ! Il est important d'avoir à l'esprit que l'influence sociale peut aussi être constructive : regardez dans le sport collectif ou dans d'autres activités extrascolaires dont le but est de se dépasser, ou de se cultiver. Développer des compétences relationnelles permettant aux jeunes d'interagir avec les autres d'une manière constructive est considéré comme un facteur de protection des addictions. Pour que ça marche, il est important de défendre ce en quoi on croit et d'en informer les autres.

OBJECTIFS

Les élèves ...

- Commenceront à réfléchir et expérimenter l'influence des pairs sur leurs comportements

- Expérimenteront les mécanismes à l'œuvre dans l'intégration à un groupe
- S'affirmeront vis-à-vis d'un groupe

CE DONT VOUS AVEZ BESOIN

- Les feuilles « Faire ou ne pas faire comme les autres » (questions/réflexions)
- Un ordinateur avec rétroprojecteur et internet (pour diffuser la vidéo).
- Feuilles « Vise les médias » pour la semaine suivante

QUELQUES CONSEILS POUR VOUS AIDER À ANIMER CETTE SEANCE

Les élèves que vous choisissez pour les rôles du jeu de rôle doivent avoir une position importante dans leur classe (forte personnalité vu qu'ils vont être seuls face au groupe et qu'ils soient plutôt appréciés pour que les autres s'identifient à eux). Réfléchissez à la manière dont vous choisirez et informerez éventuellement ceux que vous aurez choisis avant le début de la séance.

RETOUR SUR LE CHALLENGE 5 MINUTES

Les jeunes discutent de leur expérience du challenge : qu'est-ce qui en ressort ? qu'est-ce qu'ils ont observé ?

INTRODUCTION 10 MINUTES

Avant de se mettre en action, un peu de réflexion : questions possibles à leur adresser pour les faire réfléchir à leur vie d'adolescent et cette pression par les pairs (en mode brainstorming par exemple) :

- Imaginez des situations où vos amis ont une influence sur vos choix.
- Dans votre vie, dans quel domaine êtes-vous sensibles à cette influence/pression ?
Exemples : Consommation de substances type tabac, alcool ou cannabis, vêtements et mode, codes et rituels de groupe (check, façon de parler et de se comporter)
- Pour appartenir à un groupe de gens de votre âge, avez-vous déjà fait quelque chose que vous n'aviez pas envie de faire, ou en désaccord avec vos valeurs ?
Exemples : mal se comporter avec d'autres amis, fumer, ne pas aller à l'entraînement de sport, sécher les cours, mentir à ses amis ou à ses parents.

ACTIVITÉ PRINCIPALE 30 MINUTES

JEU DE RÔLE 1 : COMMENT UN GROUPE AGIT PARFOIS ET POURQUOI IL NE DEVRAIT PAS (7 minutes)

ÉTAPE 1 : Deux volontaires (si opportun, un garçon et une fille) doivent quitter la classe. Leur tâche, quand ils reviennent, est de s'intégrer aux groupes qu'ils trouveront en classe.

ÉTAPE 2 : Répartissez la classe en deux groupes, qui formeront des cercles, assis sur des chaises. Un groupe sera « le groupe à code » et l'autre sera le « groupe ouvert ». Le groupe à code possède des normes ou des critères auxquels les deux élèves devront répondre pour appartenir au groupe. Le groupe ouvert n'a pas de code, donc les élèves ne doivent rien faire de particulier pour y entrer ; ils y sont intégrés sans problème.

ÉTAPE 3 : Le groupe à code doit décider quels seront les critères précis. Par exemple : « ils doivent être cools, pas trop polis et connaître le nom de trois stars de la chanson » ou « ils doivent connaître les résultats de tel ou tel événement sportif du week-end dernier ». Le groupe ouvert aide à fixer le code. Il aidera aussi les volontaires en donnant des indices si besoin.

Dites aux deux groupes qu'ils indiqueront aux deux autres élèves qu'ils sont acceptés dans le groupe en leur offrant une chaise pour s'asseoir avec le groupe en question.

ÉTAPE 4 : Les deux élèves qui étaient sortis, rentrent en classe et essaient de s'intégrer au groupe ouvert (facile!), puis à l'autre. Expliquez-leur que si on leur offre une chaise, c'est le signal qu'ils sont intégrés au groupe.

Dans le groupe à code, ils devront poser des questions fermées (réponse par oui ou non uniquement) pour découvrir les critères fixés.

JEU DE RÔLE 2 : « COMMENT UN GROUPE DEVRAIT AGIR » ET COMMENT IL DEVRAIT ÊTRE (8 MINUTES)

ÉTAPE 1 : Deux autres élèves sortent de la classe avec les mêmes consignes.

ÉTAPE 2 : Les deux groupes sont à présent tous deux des groupes à code, mais cette fois, les critères seront clairement expliqués aux deux élèves volontaires : « Pour rentrer dans notre groupe, il faut faire... aimer... ».

ÉTAPE 3 : Les deux groupes à code décident des critères qui les définissent.

ÉTAPE 4 : Les élèves reviennent et chacun des deux groupes doit dire clairement quelles conditions doivent être remplies pour les laisser entrer dans le groupe.

ÉTAPE 5 : Les deux volontaires (indépendamment ou non) décident s'ils acceptent d'obéir aux critères ou pas, et exposent leur décision au groupe.

TEMPS D'ÉCHANGE (10 MIN)

Dans un premier temps, donnez aux élèves volontaires l'occasion de s'exprimer sur leur expérience, leur ressenti :

- Qu'avez-vous ressenti par rapport à votre propre opinion et à vos réflexions ?
- Comment avez-vous défendu votre opinion dans le jeu de rôle ?
- Quelles suggestions des groupes avez-vous captées ?
- Qu'est-ce qui a rendu votre tâche facile ? Qu'est-ce qui a rendu votre tâche difficile ? Comment avez-vous fait face ?

Dans un second temps, formez des petits **groupes de cinq élèves** et demandez-leur de discuter de la situation du jeu de rôle en répondant aux questions « amorces » suivantes présentes sur la fiche annexe (cf. p27).

- Dans quelles situations pourriez-vous utiliser des suggestions telles que celles du second tour ?
- Qu'est-ce que cela veut dire pour le groupe et pour les élèves qui cherchent à faire partie d'un groupe ?
- Quelles possibilités les élèves ont-ils pour rentrer dans un groupe ou pour gérer le fait d'être exclu ?
- Comment l'isolement nous affecte-t-il (par exemple au niveau de la confiance en soi) ?
- Quelle responsabilité le groupe porte-t-il lorsqu'il décide de ne pas accepter quelqu'un en son sein ?
- Que feriez-vous pour faire partie d'un groupe ?
- Si vous avez le choix de faire partie d'un groupe, sur quels critères décideriez-vous ?

CONCLUSION (10 MIN)

PARTAGE COLLECTIF

PROPOSER UN TEMPS DE PARTAGE EN 3 TEMPS :

1. **L'expérience vécue durant la séance :** Comment avez-vous vécu cette séance ? Qu'est-ce qui s'est passé pour vous ? qu'avez-vous ressenti ? Est-ce qu'il y a des choses qui ont été plus faciles ? plus difficiles ? ...
2. **La spécificité de l'expérience :** En quoi cette expérience a été **différente** de ce que vous vivez habituellement ?
3. **L'utilité pour moi dans ma vie quotidienne :** Qu'est-ce que vous pouvez **retenir** de cette expérience ? En quoi ce que j'ai vécu peut **m'être utile** ?...

BRAINSTORMING

Faire 3 colonnes au tableau (ou paperboard) pour ces 3 questions et recueillir leurs impressions en remplissant les colonnes adéquates [si vous avez le temps, avec des post-it distribués aux élèves]

RAPPEL INDIVIDUEL

Demandez aux élèves d'écrire sur un papier 3 choses positives en lien avec la séance :

« Sans réfléchir, laissez venir à l'esprit 3 choses positives que vous avez vécues durant cette séance. Ecrivez-les sur un papier (agenda, cahier, ...). »

→ Synthèse

A vos âges, le besoin d'appartenance et d'être dans un groupe devient une chose très importante. Cela peut pousser à des comportements qu'on ne voudrait pas faire, mais également à des actions qui vont dans le sens de nos valeurs et qui nous épanouit. Il est un équilibre à trouver entre conformité et indépendance...

EN RÉSUMÉ...

1. Les élèves réfléchissent à l'influence sociale
2. Les élèves pratiquent le jeu de rôle en groupes
3. Les élèves évaluent la mise en situation
4. Après une conclusion, vous les challengez !

CHALLENGE (5 MIN)

Si vous avez le temps, diffusez-leur cette vidéo sur le conformisme (de (3'41") : <https://www.youtube.com/watch?v=QOZRim9SKm8>. La première influence que nous expérimentons est l'influence sociale des pairs.

Visionnez cette vidéo sur Youtube (avec vos parents ou non): <https://www.youtube.com/watch?v=SwdefGls8us> (ou tapez « conformisme social » [avec fiche ?] et/ou <https://www.youtube.com/watch?v=pAlAGTGtoPc> (ou tapez « opinion majorité »)

Vous pouvez aussi essayer de tester le conformisme autour de vous avec des complices/ami(e)s (dans un ascenseur, dans une salle d'attente, dans le tram/bus). Changez les codes à plusieurs et observez les réactions des gens !

Dans les influences sociales, on retrouve aussi les médias. Dans la prochaine séance, nous aborderons justement cette influence des médias. Pour préparer ça, vous allez avoir une grille « Vise les médias » que vous pourrez sortir quand vous regardez la télé (film, série, émission etc.), l'ordinateur, un journal... Et la remplir selon ce que vous observez quand ils parlent d'alcool (et/ou d'autres substances).

C'est un travail important parce que les médias cherchent beaucoup à toucher les jeunes. [De plus, certains ont en général tendance à beaucoup les regarder]. Avoir une prise de recul est un esprit critique sur eux est un premier pas pour avoir un libre arbitre, faire des choix éclairés et se poser des questions sur notre société et nos comportements.

[Comme vous l'avez abordé] les médias véhiculent des messages vis-à-vis des consommations. A vous d'explorer !

PUB OU CONTRE-PUB

QUELQUES MOTS SUR CETTE SÉANCE

Cette séance se concentre sur l'influence des médias et des stratégies marketing.

Les jeunes (13-24 ans) passent en moyenne 1 heure 30 de leur temps devant la télévision, quand la population française y consacre 3 heures 45 par jour. Une consommation en baisse de 7 % par rapport à 2009 pour des jeunes qui privilégient de plus en plus la télévision en replay⁵.

L'écran a changé et la télévision se consomme désormais sur ordinateur et sur smartphone beaucoup plus que sur l'écran du salon. Quotidiennement, les durées de consommation des contenus télévisuels par les 15-24 ans sont deux fois plus importantes que celles de l'ensemble de la population, même si elles restent encore limitées.

OBJECTIFS

Les élèves ...

- Prendront conscience de l'influence des médias sur leurs choix de consommation
- Réfléchiront aux stratégies utilisées par les marques
- Expérimenteront les stratégies marketing

CE DONT VOUS AVEZ BESOIN

- Les feuilles ressources sur les stratégies publicitaires (1,2 & 3)
- Tableau séparé en 3, ou 3 feuilles paperboard pour brainstorming publicité
- 1 feuille paperboard pour la contre-pub
- L'annexe exemple de contre-pub

QUELQUES CONSEILS POUR VOUS AIDER À ANIMER CETTE SEANCE

Bien avoir en tête les stratégies marketing.

Pour la contre-pub : Mettez à leur disposition du matériel nécessaire.

RETOUR SUR LE CHALLENGE 5 MINUTES

Ils devaient visionner la ou les vidéos :

- Qu'en ont-ils pensé ?
- Qu'en ont-ils retenu et appris ?

+ Ils devaient remplir la grille « Vise les médias ».

- Quelles conclusions ?
- Est-ce que si vous ne l'avez pas rempli, vous avez pu faire attention à comment des personnes parlaient de l'alcool et/ou du cannabis à la télé ou autour de vous ? Est-ce banalisé selon vos observations ?
- Dans les médias, ils sont obligés de donner un message de prévention quand ils parlent d'alcool « à consommer avec modération » ou « l'alcool est dangereux pour la santé » : quelles sont les réactions à ces phrases ? Le message est vrai, mais est-ce que ça touche les gens (dont les jeunes), selon vous ? (message mécanique, automatique)

INTRODUCTION 10 MINUTES

ET MAINTENANT, À VOUS DE VOUS METTRE À LA PLACE DE CES MÉDIAS.

Les jeunes s'organisent par groupe de 6 max (le mieux étant de 3 - 4). Donnez à chaque groupe un thème.

Exemples :

Le monde inconnu / La bouteille d'eau magique / Bonheur et Cacao / Vis ta vie ! / Mais Ou Et Donc Or Ni Car ? / Cap ou pas cap ? / Budapix / Fleximop [vous pouvez laisser les jeunes inventer un mot]

Ils ont 5 min pour créer ensemble un spot publicitaire qui doit durer 1 minute environ ! Les élèves doivent **se focaliser sur un message à faire passer**, de façon attractive.

Les groupes qui le veulent montrent leur pub devant les autres (2 ou 3 groupes). Si d'autres veulent le jouer, dites leur de le faire à la fin de la séance, ou en dehors à la récré. Selon le temps que vous avez, vous pouvez les laisser jouer entre groupe (moins de stress).

A la fin, partagez sur ce jeu :

- Leur ressenti (en tant qu'acteurs et en tant qu'observateur) ?
- Quel lien avec leur vie quotidienne ?
- Quel rôle joue les pubs / message de prévention ?
- Qu'est-ce qui fonctionnerait en terme de spot/bande annonce, avec les jeunes selon eux ?

ACTIVITÉ PRINCIPALE 25 MINUTES

RECUEIL DE REPRESENTATIONS (PUB)

Vous allez séparer votre tableau en 3 cases (ou avoir 3 feuilles de paperboard préparées avec les questions suivantes). Posez les questions suivantes, sur la publicité.

QUEL EST SON BUT ? [Recueillir leurs représentations à main levée ou à « élève levé »]

Exemple : Pour vendre [mais aussi d'autres enjeux] : pour valoriser l'image ou la notoriété de l'entreprise [certains alcooliers par exemple diffusent des messages de modération en matière de consommation] ! Il est essentiel d'en avoir conscience, et de garder un esprit critique pour éviter d'être manipulé, et ainsi rester libre de ses propres choix !

QUELLES TECHNIQUES ? [idem]

Organisez un remue-méninge où chacun dit ce qu'il pense (lever la main / premier debout / 1,2,3 soleil des représentations). Vous pouvez ici partir d'affiches publicitaires diverses (dont alcool) : vous les projetez et ils écrivent des mots qui leur viennent à partir de ces images.

Une fois qu'ils n'ont plus d'idée, distribuez-leur la fiche 1.

Nous allons nous focaliser sur la stratégie suggestive, la + utilisée envers les jeunes concernant beaucoup de produits !

QU'EST-CE QUE LA PUBLICITÉ ESSAIE DE NOUS FAIRE CROIRE / QUEL BESOIN OU DÉSIR STIMULE-T-ELLE ?

- Avoir des amis et se sentir cool (sodas comme Fanta), le rapport à la popularité
- Le rapport à l'apparence « C'est la mode ! »
- Se sentir adulte (ou rester jeune), le rapport à la maturité
- Les sensations extrêmes (Red bull)
- Faire comme tout le monde (Danette)
- Séduction
- Passer un bon moment
- ...

Maintenant nous allons nous focaliser sur la stratégie intégrative.

Distribuez-leur la fiche 2 et leur laissez le temps de lire et de répondre pour eux.

Ce sont des 'étiquettes', des 'cases', mais rien n'est figé, rien n'est soit tout blanc soit tout noir ! Cependant, avoir conscience de ses tendances permet d'avoir + de recul sur les publicités et de se rendre compte des arguments qui marchent le plus sur nous.

Vous pouvez partir de leur feedback sur des pubs, puis leur distribuer les fiches à la fin, pour qu'ils s'entraînent à repérer les stratégies dans le quotidien après la séance.

EXPÉRIENCE DE CONTRE PUB

Organisez-les en groupe de 5 / 6 élèves (ce qui donne environ 5 groupes) réparties sur des tables groupées. Posez-leur la question suivante : « Quel objet/service vous aimez beaucoup aujourd'hui ? ».

Donnez-leur 1 minute pour choisir un objet/service. Puis présentez-leur la consigne : « Ok, imaginons maintenant que vous êtes une équipe marketing [de ce produit-là]. Que pourriez-vous dire de plus pour convaincre quelqu'un de l'acheter ? Un membre du groupe va écrire et synthétiser les réponses. » (5 min)

Un rapporteur de chaque groupe fait un retour sur leurs idées. Si possible, écrivez-les sur un paperboard pour garder ces idées.

Présentez-leur la deuxième consigne :

« Ok maintenant, imaginons que vous êtes une équipe marketing en prévention de l'alcool. Vous devez donc créer une contre-publicité sur ce thème : reprendre les codes de la publicité (côté factice et merveilleux du produit et tout ce qu'on a vu en amont) et les retourner/les modifier pour montrer la vérité (côté réel du produit). »

Si possible, donnez un exemple pour expliciter l'activité (cf. annexe).

Les publicitaires ne disent pas toute la vérité sur un produit. Il y a bien souvent une face cachée qui est omise. Ne pas se laisser tromper en gardant un esprit critique est nécessaire dans notre société de consommation.

CONCLUSION (10 MIN)

PARTAGE COLLECTIF

PROPOSER UN TEMPS DE PARTAGE EN 3 TEMPS :

1. **L'expérience vécue durant la séance** : Comment avez-vous vécu cette séance ? Qu'est-ce qui s'est passé pour vous ? qu'avez-vous ressenti ? Est-ce qu'il y a des choses qui ont été plus faciles ? plus difficiles ? ...
2. **La spécificité de l'expérience** : En quoi cette expérience a été différente de ce que vous vivez habituellement ?
3. **L'utilité pour moi dans ma vie quotidienne** : Qu'est-ce que vous pouvez retenir de cette expérience ? En quoi ce que j'ai vécu peut m'être utile ?...

BRAINSTORMING

Faire 3 colonnes au tableau (ou paperboard) pour ces 3 questions et recueillir leurs impressions en remplissant les colonnes adéquates [si vous avez le temps, avec des post-it distribués aux élèves]

RAPPEL INDIVIDUEL

Demandez aux élèves d'écrire sur un papier 3 choses positives en lien avec la séance :

« Sans réfléchir, laissez venir à l'esprit 3 choses positives que vous avez vécues durant cette séance. Ecrivez-les sur un papier (agenda, cahier, ...). »

→ Synthèse

La publicité a des intérêts/missions, et elle essaie de les défendre auprès de tout le monde, à travers différentes techniques. Le mieux pour faire face à ça, c'est se connaître (voir ce qui marche le mieux sur nous) et essayer de décrypter ce dont la publicité ne dit pas. L'idée n'est pas de résister à toute forme de publicité mais d'être conscient de son impact pour pouvoir faire des choix aussi éclairés de possible.

La Loi Evin (1991) vient justifier tout cela : nous sommes influencés par les publicités donc toute pub dans les médias de masse (télé, cinéma...) sur l'alcool et la cigarette est interdite.

Cependant, cette loi n'est pas infaillible : elle est aussi soumise à l'influence sociale ! Récemment, il y eut une modification de la loi pour les vins « alcool français ».

CHALLENGE (2 MIN)

Finissez votre contre-pub et amenez-la la prochaine fois.

+ Trouvez des publicités (affiche ou médias, français ou non) sur l'alcool, questionnez vous vis-à-vis de celles-ci, à partir de la fiche « Stratégies marketing pour la consommation ». Vous pouvez également les apporter à la séance prochaine.

EN RÉSUMÉ...

1. Les élèves font un retour de leur challenge
2. Ils apprennent les stratégies marketing
3. Ils expérimentent le marketing social
4. Les élèves partagent sur ce qu'ils ont vécu
5. Après une conclusion, vous les challengez !

PREVENT'ACTION (1)

QUELQUES MOTS SUR CETTE SÉANCE

Cette séance a pour but de permettre aux jeunes d'être acteur de prévention, à partir d'un support qu'ils aiment. En travaillant sur le sujet des consommations, ils seront plus à même d'avoir un discours de préventeur auprès de leur pairs (et de leur famille), voire changer leur comportement. En effet, ce travail va les engager.

OBJECTIFS

Les élèves ...

- Développeront et expérimenteront les compétences de travail en groupe, de créativité
- Deviendront acteur de prévention, en mettant en application les compétences/connaissances développées jusque là.
- Réfléchiront à des messages innovants de prévention

CE DONT VOUS AVEZ BESOIN

- Paperboard pour le retour du challenge + débriefing
- Post-it ou morceaux de papier + pinces à linge
- Feuilles A3
- Les feuilles « Aide au Spot »

QUELQUES CONSEILS POUR VOUS AIDER À ANIMER CETTE SEANCE

Ayez en tête les différentes thématiques et débats qui ont surgi lors des séances précédentes. Cela peut être également des idées de thèmes pour des supports.

RETOUR SUR LE CHALLENGE 10 MINUTES

Nous avons vu que les médias sont régulés par la loi Evin : les services de marketing des alcooliers n'ont pas le droit de faire de la pub pour l'alcool dans les médias de masse (dont la télé). Mais ils utilisent d'autres stratégies (cf. séance 3)

Ils devaient finir leur contre-pub & trouvez des publicités (affiche ou médias) sur l'alcool, à l'aide de la fiche sur les stratégies marketing. Les afficher + en discuter.

- Qu'en pensez-vous ?
- Qu'avez-vous appris ?
- Quelles stratégies sont les plus présentes ?

- Mettez ainsi en commun pour relever les contre-arguments de chacun → créez une fiche (sur paperboard) de contre-arguments génériques.

S'ils le veulent/peuvent, vous pourrez afficher les affiches dans l'établissement.

INTRODUCTION 10 MINUTES

JEU DE RESOLUTION DE PROBLEME COLLECTIF

Noeud de groupe : Formez un grand cercle. Nous vous conseillons de séparer les garçons et les filles. Deux façons de jouer, à expliquer aux jeunes pour qu'ils choisissent. En effet, dans ce jeu, il y a une notion de proximité (prendre la main, s'approcher) qui n'est pas forcément anodine à cet âge-là.

Première façon : Prenez la main de vos voisin(e)s, de sorte à faire une grande ronde. Le but est que tout le monde se retourne, sans lâcher la main des voisin(e)s et sans croiser les bras! Cela doit donc former un nouveau cercle où tout le monde est tourné vers l'extérieur.

Seconde façon : Tendez vos bras devant vous, et avancez vers le centre du cercle. Rapprochez-vous de façon à ce que toutes les mains se rejoignent. Fermez les yeux. Je vais compter jusqu'à 3 et à 3, vos deux mains saisiront gentiment deux autres mains et ne les lâcheront plus. (Compte). Quand vous ouvrez les yeux, vérifiez que vous ne tenez pas la même main qu'un autre. Vous voilà noués. L'objectif maintenant est de vous dénouer sans jamais lâcher les mains.

A vous de trouver les meilleures solutions qui vous permettront de reformer un (ou plusieurs) cercle(s) / de vous retourner sans se détacher. Vous avez le temps qu'il vous faudra. Allez-y !

En tant qu'intervenant, observez les comportements de chacun : qui mène la danse ? Certains donnent des ordres ? Qui n'y croit pas ? Qui se laisse faire ? Comment ils communiquent, etc...

Reformez un cercle pour partager sur cette expérience :

- Que pensez-vous de votre rôle dans la résolution de problème ?
- Comment avez-vous résolu le problème ?

L'important est de communiquer ensemble (selon des règles, si possible, définies à l'avance). Ce jeu aide à comprendre comment nous fonctionnons lors de problème relationnel, à coopérer le plus efficacement possible afin de se dénouer et de retrouver une harmonie du groupe. Il est également un jeu de résolution de problème et de créativité. Toutes ces compétences développées dans ce jeu, va se retrouver dans l'activité principale de cette séance : la création de spot, en groupe.

ACTIVITÉ PRINCIPALE 25 MINUTES

Les contre-pubs peuvent être utilisées par les campagnes de prévention. Mais qu'est-ce que c'est ? [Recueillir leur représentation à main levée]. Dans le domaine de la prévention de la consommation abusive d'alcool (ou autre drogue) par les jeunes, il s'agit successivement de sensibiliser à l'existence des risques, de promouvoir une démarche moins risquée et au final d'inviter les jeunes concernés à adopter ce comportement plus responsable. Les comportements à risque les plus fréquemment visés dans différentes campagnes sont : la conduite en état d'ébriété, les relations sexuelles non protégées, la diminution de la libido, la violence, la gueule de bois du lendemain. Certaines campagnes visent également la réduction des nuisances pour le voisinage.

EXPÉRIENCE DE « PREVENT'ACTION »

A partir de tout ce que nous avons abordé jusqu'à maintenant, vous allez maintenant commencer à créer, par groupe, un scénario pour élaborer un spot de prévention, dans le cadre du marketing social. Ceux qui n'ont pas envie de faire de vidéo peuvent créer une autre façon de transmettre un message de prévention, de faire du marketing social ou de la contre-publicité : affiche, chanson, flyers, événement, jeu. A eux de faire ce qu'ils leur correspondent le plus. **[un prof référent pour un groupe/une classe ?]**

Cela peut être vraiment intéressant de vous mettre avec des personnes qui n'ont pas forcément les mêmes avis que vous.

Possibilité d'organiser un vote dans la classe pour élire les 3 meilleures idées de spot (et non pas la meilleure qualité d'image, etc. car ce sera avec des moyens réduits) après visionnage (séance 5). Puis, vote entre les différents niveaux de seconde participants dans le lycée, pour élire la meilleure vidéo du lycée.

Exemples de thèmes pour ceux qui n'ont pas d'idées :

- la gestion des émotions et les consommations
- la connaissance de soi et les consommations
- l'affirmation de soi et les consommations
- l'influence des amis et les consommations
- l'influence de la famille et les consommations
- l'influence des médias et les consommations
- entrer en relation et les consommations
- faire un choix et les consommations

- la consommation : problème ou 1 solution à un problème?
- le bien-être et les conduites addictives
- comment élever le bien-être des collégiens?
- Les méthodes pour éviter de trop consommer (voire de consommer tout court)

Comme vous l'avez remarqué, on parle globalement des « consommations » de substances (alcool, tabac, cannabis) : le challenge est que dans vos spots, vous ne parlez pas directement des produits, comme on peut le voir le plus dans les campagnes « l'alcool, c'est dangereux » ; « le cannabis, c'est mal », etc. C'est ce qu'on appelle l'appel à la peur : des spots où l'on voit des jeunes vomir, avoir des accidents, etc., ce qui sont des risques réels des consommations. Vous devez donc créer un scénario « positif », sans appel à la peur. En revanche, pour prévenir les consommations excessives, nous savons aujourd'hui que ce genre de message a peu d'impact sur vous. Votre challenge sera donc, dans vos spots, de mettre en avant des compétences et/ou des influences qui peuvent éviter ou déclencher les consommations.

JE CHOISIS MON THÈME

« Vous allez, par petits groupes, approfondir une thématique en réalisant un spot de 2 minutes, en vous aidant de questions, de votre imagination et de votre smartphone (si vous avez du matériel, n'hésitez pas à l'utiliser : toute compétence est bonne à prendre !). Ceux qui ne veulent pas créer de spot pourra créer autre chose, avec d'autres supports (affiches, flyers, etc.). Tout d'abord, choisissez pour vous, une thématique qui vous plaît, sur laquelle vous voulez imaginer quelque chose, un sujet que vous voulez développer. »

Distribuez un post-it ou un papier et une pince à linge.

« Notez-la sur un post-it/bout de papier. Puis, vous le collerez sur votre front/accrocherez sur votre dos avec la pince. Équipé ainsi, vous allez aller à la recherche des camarades qui ont choisis le même thème. »

Une fois qu'ils se sont trouvés : si + de 4 ont choisi le même thème, les séparer en deux groupes distincts. Un même groupe ne peut pas être plus de 4, car dès lors, l'élaboration collective devient compliquée.

AUTRE TECHNIQUE, + SIMPLE :

Positionnez des cercles ou des feuilles par terre dans la salle de classe, en fonction des thématiques. Demandez-leur de se positionner physiquement dans ou vers le cercle/feuille qu'ils souhaitent. S'ils hésitent, ils peuvent bien sûr se situer entre deux, et aviser après selon le nombre de membres manquant par groupe.

RÉFLEXION

Une fois les groupes associés, leur demander de réfléchir d'abord sur :

- quel support ils veulent utiliser?
- quelle cible ? (jeunes, enfants, parents, enseignants)
- quel message ils veulent faire passer ?

Si spot : « *Un film, ça se prépare, ça se pense, ça doit raconter une histoire. Réfléchissez entre vous. Je suis là pour répondre à toutes vos questions, sur ce que vous avez le droit de faire/pas faire, etc.* » Leur distribuer la fiche d'aide à la création d'un spot vidéo.

CONCLUSION (5 MIN)

RAPPEL INDIVIDUEL

Demandez aux élèves d'écrire sur un papier 3 choses positives en lien avec la séance : « *Sans réfléchir, laissez venir à l'esprit 3 choses positives que vous avez vécues durant cette séance. Ecrivez-les sur un papier (agenda, cahier, ...).* »

→ Synthèse

Le marketing social non basé sur la peur serait + efficace : les spots doivent éviter ces messages de peur/morale « L'alcool c'est dangereux » ou « Fumer du cannabis, c'est illégal et détériore votre cerveau » (oui on sait !). Mais quelles sont les alternatives ? les solutions ?

CHALLENGE (2 MIN)

A vous de jouer ! Relevez le challenge et finissez vos spots !

Quand et comment ils vont s'organiser pour réaliser leur support? [Leur donner des idées : en parler avec les élèves de la section Arts (s'il y a), aller voir la documentaliste et le CDI, questionner autour de soi sur la compétence (famille, amis, etc.), rechercher dans les magazines des supports, se prendre des RDV sur l'agenda avec le groupe (pendant récré, midi ou autre)]

Les réaliser (écrire les scénarios + tournage + montage) ou autres supports, pour [donnez une échéance]. Un même élève peut jouer dans différents spots, afin de développer l'entraide et la coopération.

Vous devez avoir fini d'écrire le scénario et l'avoir fait valider par au - 1 membre du personnel du lycée pour le [donnez une échéance].

Si vous ne faites pas de séance « visionnage de spot », prenez le temps de conclure la programme.

Ces séances ne sont pas faites pour vous prévenir que l'alcool/le tabac/le cannabis ne sont pas bons pour la santé. Vous le savez déjà. Comme vous l'avez expérimenté, le but est de vous aider à développer un esprit critique pour vous faire votre propre opinion sur les substances et les conduites addictives de façon générale, tout en prenant compte des nombreuses influences qui agissent... Merci pour votre participation et n'hésitez pas à partager autour de vous sur cette expérience!

EN RÉSUMÉ...

1. Les élèves font un retour de leur challenge
2. Ils jouent en coopérant
3. Ils choisissent leur thème de spot (ou autres supports) et commencent à travailler dessus
4. Les élèves partagent sur ce qu'ils ont vécu
5. Après une conclusion, vous les challengez !

MODULE ANNEXE PREVENT'ACTION (2)

QUELQUES MOTS SUR CETTE SÉANCE

Cette séance permet aux jeunes de montrer ce qu'ils ont créé, en groupe (ou non). Il est nécessaire de ne pas laisser les jeunes juste avec ces spots (donc leurs représentations), mais de les confronter, d'en tirer des réflexions et des ouvertures. Le débat permet cela.

OBJECTIFS

Les élèves ...

- Présenteront leur travail à toute la classe (valorisation)
- Discuteront des différentes thématiques et confronteront leur représentation
- Réfléchiront sur leur opinion et sur ce qu'ils ont appris, vécu dans le programme.
- Cristalliseront leur expérience vécue à travers le programme

CE DONT VOUS AVEZ BESOIN

- Un vidéoprojecteur + ordinateur
- De l'espace et les affirmations, pour la rivière des doutes
- (si vous avez, un gros scotch pour visualiser la rivière)
- Paperboard

QUELQUES CONSEILS POUR VOUS AIDER À ANIMER CETTE SEANCE

Pour animer le débat (surtout avec la rivière du doute) : il faut parfois réalimenter le débat, car peu de jeunes prennent la parole [« qu'est-ce que vous pensez de ce qui vient d'être dit ? » ; « est-ce que dans vos groupes, ça se dit ? » ; « qu'est-ce que vous observez dans votre vie quotidienne ? »].

De plus, rester bienveillant et de ne pas être dans le jugement « c'est bien/pas bien » est une condition prépondérante. Pour cela, il est essentiel d'avoir conscience de ses propres représentations.

PRESENTATION DES SUPPORTS 20 MINUTES

Reposez le cadre du programme, afin que les éventuelles critiques et échanges soient bienveillants et formulés dans le respect de l'autre.

Chaque groupe présente son spot (normalement, environ 5 groupes) ou autre support. Les spectateurs font librement un retour sur le travail fourni, sur leur opinion vis-à-vis de la compétence et de la thématique.

Si vous entendez que certaines thématiques génèrent plus de discussions, précisez-leur qu'un temps y sera consacré juste après les présentations.

ACTIVITÉ PRINCIPALE 25 MINUTES

Une fois que tous les spots aient été visionnés, instaurez un « temps de débat » ludique : **UN TEMPS DE DEBAT EST IMPORTANT AU LYCEE !** Cela permet de développer la pensée critique (gérer les influences et le conformisme), l'affirmation de soi, ainsi que Les faire réfléchir sur leur opinion et sur ce qu'ils ont appris, vécu dans leur expérience.

AU CHOIX

SOIT LA RIVIÈRE DU DOUTE

Tout le monde est dans la rivière (sur une même colonne, à la queue-leu-leu). Si nécessaire, pour que tout le monde visualise, collez au sol une bande de scotch qui représente physiquement cette rivière.

Vous allez annoncer une situation, un scénario, et chacun va devoir à la suite de ce scénario, « nager » vers une des rives (ils se positionnent physiquement d'un côté ou de l'autre). L'une est la rive 'Je suis d'accord', l'autre la rive 'Je ne suis pas d'accord'. Une fois que chacun s'est placé, questionnez sur leur choix. Rien n'est figé ! Ils ont à tout moment la possibilité de bouger, de changer de rive (changer d'avis). Il n'y a pas de bonnes réponses !

LES AFFIRMATIONS :

- Ex (pour voir s'ils ont compris) : environ 75% des jeunes de 17 ans ont été ivres au moins 1 fois dans leur vie (50.4%) (chiffres OFDT, 2017)
- La prévention chez les jeunes, ça ne sert à rien.
- Un ado ne consomme qu'à cause de l'influence des autres.
- Si je ne fume pas ou je ne bois pas, je suis exclu(e).
- La publicité nous pousse à consommer de l'alcool.
- La famille nous pousse à consommer.
- ... [Le mieux est d'annoncer des affirmations que vous avez entendues dans les spots, dans les échanges des jeunes suite aux spots ou même pendant les séances]

[Vous pouvez proposer à des jeunes d'affirmer une phrase en lien avec les consommations et/ou les compétences]

SOIT UN DÉBAT CLASSIQUE

Instaurez un débat classique, avec des règles claires. Vous pouvez vous aider des règles fixées pour le groupe (cadre). Pensez à spécifier des règles pour la circulation de la parole.

Exemple de questions :

- Dans les présentations, y a-t-il des éléments sur lesquels vous souhaitez revenir ?
- (partez déjà de questions issues des thématiques de spot : quelles influences à la consommation ?)
- Pourquoi certains consomment ?
- Pourquoi certains ne consomment pas ?
- Comment s'affirmer dans un groupe alors qu'on veut y appartenir ?

SOIT UN TRIBUNAL

Divisez la classe en quatre groupes. Un groupe tient le rôle de des avocats de la défense, un second groupe défend l'accusé, un troisième groupe fait office de juge/juré. Le quatrième groupe est un public/observateur. Donnez aux trois groupes cinq minutes pour préparer leur « intervention d'une minute », pour laquelle ils créeront un plaidoyer avec leurs arguments. Donnez des instructions spécifiques au groupe chargé de tenir le rôle du juge : préparer une ou deux questions essentielles à poser à chacun des deux groupes, dont « *sur quelle source basez-vous cette information ?* ».

Le groupe tenant le rôle du juge fera également office d'animateur (avec votre aide, si nécessaire) et devra rendre un verdict final à la fin du temps imparti.

Les thèmes possibles :

- La légalisation du cannabis
- L'interdiction de fabriquer des cigarettes
- La cigarette électronique au lycée (ou comme aide à l'arrêt du tabac)
- L'arrêt total des publicités liés à l'alcool...

CONCLUSION (10 MIN)

PARTAGE COLLECTIF

PROPOSER UN TEMPS DE PARTAGE EN 3 TEMPS :

1. **L'expérience vécue durant la séance** : Comment avez-vous vécu cette séance ? Qu'est-ce qui s'est passé pour vous ? qu'avez-vous ressenti ? Est-ce qu'il y a des choses qui ont été plus faciles ? plus difficiles ? ...
2. **La spécificité de l'expérience** : En quoi cette expérience a été différente de ce que vous vivez habituellement ?
3. **L'utilité pour moi dans ma vie quotidienne** : Qu'est-ce que vous pouvez retenir de cette expérience ? En quoi ce que j'ai vécu peut m'être utile ?...

BRAINSTORMING

Faire 3 colonnes au tableau (ou paperboard) pour ces 3 questions et recueillir leurs impressions en remplissant les colonnes adéquates [si vous avez le temps, avec des post-it distribués aux élèves]

RAPPEL INDIVIDUEL

Demandez aux élèves d'écrire sur un papier 3 choses positives en lien avec la séance : « *Sans réfléchir, laissez venir à l'esprit 3 choses positives que vous avez vécues durant cette séance. Ecrivez-les sur un papier (agenda, cahier, ...).* »

→ Synthèse / Conclusion du programme

Cf. séance 4

A la fin de la séance, recueillez tous les spots sur clef USB ou autre, afin de pouvoir les diffuser dans un cadre réglementé (chaîne Youtube / Site de l'OTCRA), et ainsi mettre en place le vote.

La diffusion des spots et autres supports sera à penser avec la direction de l'établissement.

EN RÉSUMÉ...

1. Les élèves présentent leur travail (spot, affiches, flyers...)
2. Vous animez un moment de débat
3. Les élèves partagent sur ce qu'ils ont vécu
4. Vous concluez la séance et le programme

TROISIÈME PARTIE

OUTILS

APERÇU DES OUTILS

Fiches annexes des séances	23
Exercices énergisants	35
Informations sur les substances à l'attention de l'animateur.....	37
Module Annexe : Quiz pour jeunes	41
Références	48

CROIRE OU NE PAS CROIRE... QUELLES VÉRITÉS SUR LES CONSOMMATIONS ?

LE JEU DES POURCENTAGES

Combien de jeunes de 17 ans (en pourcentage %) ont consommé récemment [c'est-à-dire au moins 1 fois dans le mois] :

DU CANNABIS ?

DE L'ALCOOL ?

DU TABAC ?

D'UNE ALCOOLISATION PONCTUELLE IMPORTANTE (AU - 5 VERRES EN UNE SOIRÉE) ?

Combien de jeunes en 2nde (en pourcentage %) ont déjà expérimenté [une fois dans leur vie] :

DU TABAC ?

DE L'ALCOOL ?

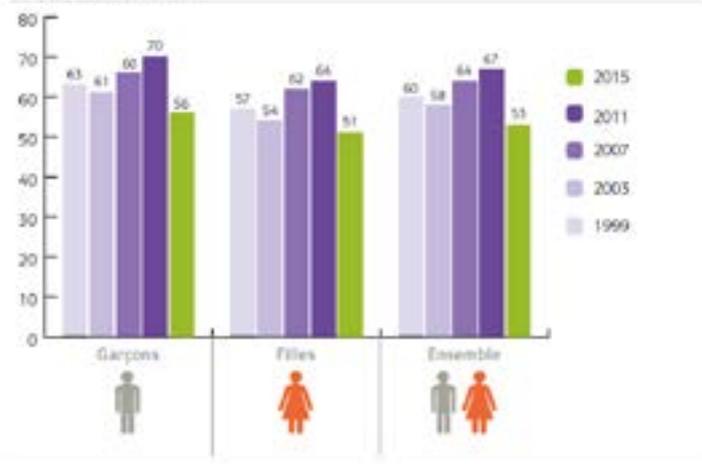
DU CANNABIS ?

CROIRE OU NE PAS CROIRE... QUELLES VÉRITÉS SUR LES CONSOMMATIONS ?

« LES VRAIS CHIFFRES DES CONSOMMATIONS (1) »

ALCOOL - % des jeunes de 16 ans ayant consommé de l'alcool au cours des 30 derniers jours

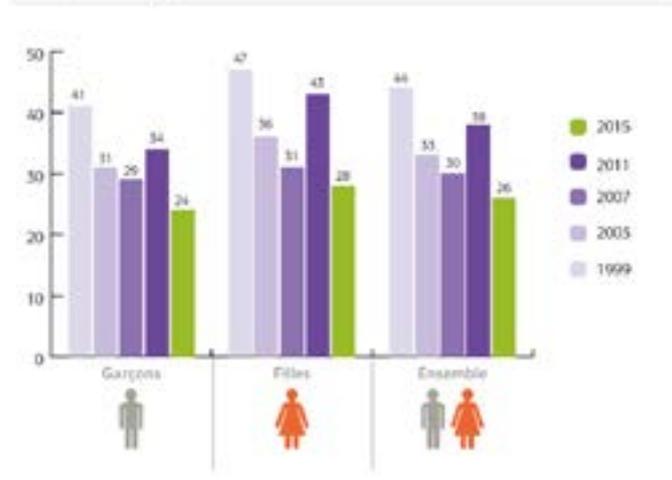
Figure 3 - Évolution de la consommation récente d'alcool entre 1999 et 2015 en fonction du sexe en France en %



Source : enquêtes ESPAD, 1999, 2005, 2007, 2011 et 2015

TABAC - % des jeunes de 16 ans ayant consommé du tabac au cours des 30 derniers jours

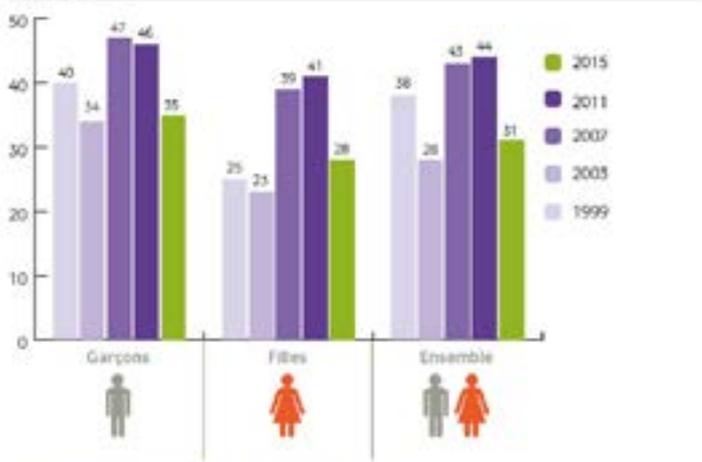
Figure 1 - Évolution de la consommation récente de tabac entre 1999 et 2015 en fonction du sexe en France (%)



Source : enquêtes ESPAD, 1999, 2005, 2007, 2011 et 2015

API - % des jeunes de 16 ans ayant pris part à une Alcoolisation Ponctuelle Importante (API) au cours des 30 derniers jours

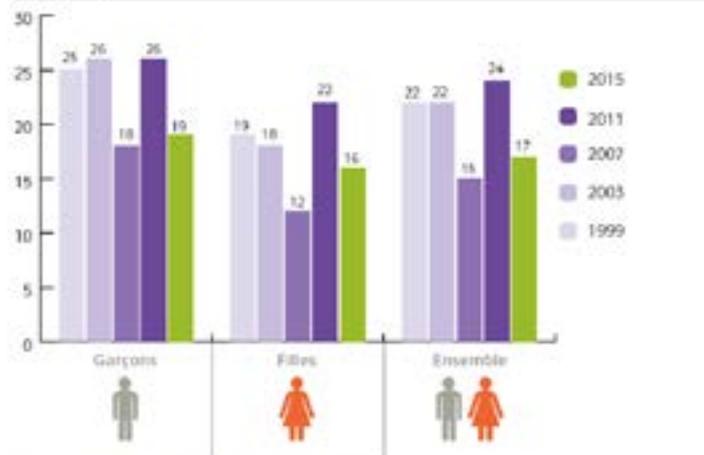
Figure 5 - Évolution de la consommation récente d'API entre 1999 et 2015 en fonction du sexe en %



Source : enquêtes ESPAD, 1999, 2005, 2007, 2011 et 2015

CANNABIS - % des jeunes de 16 ans ayant consommé du cannabis au cours des 30 derniers jours

Figure 7 - Évolution de la consommation récente de cannabis entre 1999 et 2015 en fonction du sexe en %



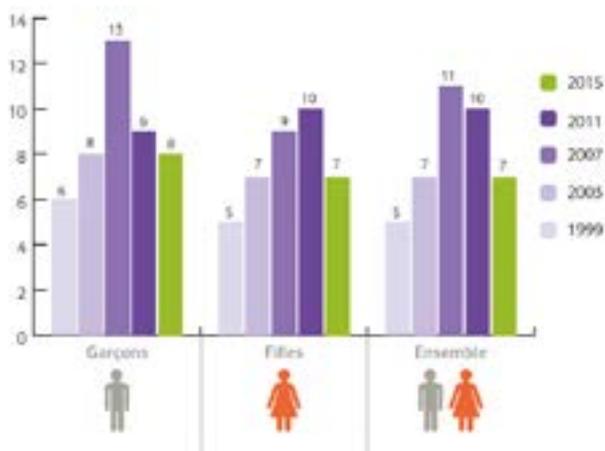
Source : enquêtes ESPAD, 1999, 2005, 2007, 2011 et 2015

CROIRE OU NE PAS CROIRE... QUELLES VÉRITÉS SUR LES CONSOMMATIONS ?

« LES VRAIS CHIFFRES DES CONSOMMATIONS (2) »

AUTRES - % des jeunes de 16 ans ayant consommé d'autres substances illicites que le cannabis au cours des 30 derniers jours

Figure 9 - Évolution de la consommation des substances illicites autres que le cannabis entre 1999 et 2015 en fonction du sexe en %.



Source : enquêtes ESPAD, 1999, 2005, 2007, 2011 et 2015

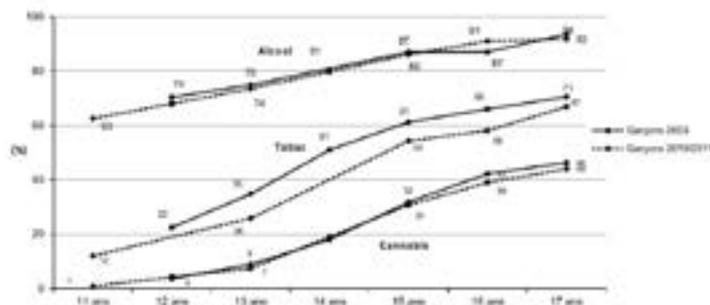


Figure 1.1 : Expérimentations du tabac, du cannabis et de l'alcool chez les garçons : prévalences au cours de la vie par âge entre 2003 et 2010/11 (d'après Beck et coll., 2007a ; Godeau et coll., 2012 ; Spilka et coll., 2012) (Sources : Espad 2003, HBSC 2010, Espad 2011 et Escapad 2011)

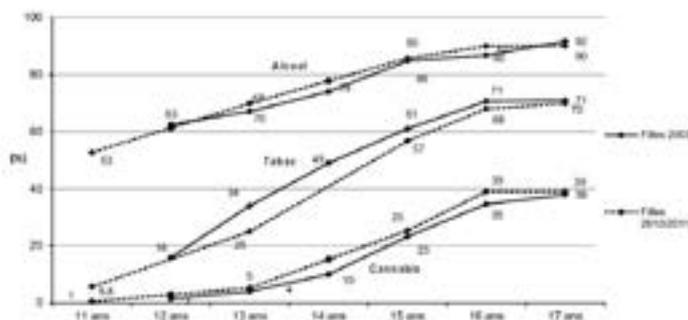


Figure 1.2 : Expérimentations du tabac, du cannabis et de l'alcool chez les filles : prévalences au cours de la vie par âge entre 2003 et 2010/11 (d'après Beck et coll., 2007a ; Godeau et coll., 2012 ; Spilka et coll., 2012) (Sources : Espad 2003, HBSC 2010, Espad 2011 et Escapad 2011)

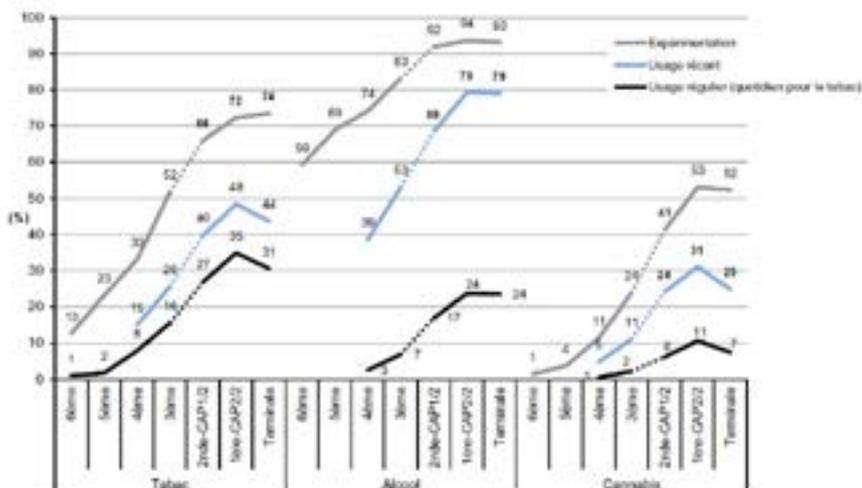


Figure 1.12 : Usages de tabac, alcool et cannabis selon le niveau scolaire des adolescents en 2010/2011 (d'après Spilka et Le Nézet, 2013) (Sources : HBSC 2010 ; Espad 2011)

Les niveaux d'usage de substances psychoactives par sexe à 17 ans en 2017 et leur évolution par rapport à 2014 (%)

Produits	Usage	Garçons 2017	Filles 2017	Sex-ratio	Ensemble 2017	Ensemble 2014	Évolution (en points)	Évolution (en %)
Tabac	Expérimentation	58,1	59,9	0,97 ***	59,0	68,4 ***	-9,4	-13,8
	Récént (au moins un usage dans le mois)	34,7	33,5	1,04 **	34,1	43,8 ***	-9,7	-22,1
	Occasionnel (moins de 1 cig./jour)	8,4	9,7	0,86 ***	9,0	11,3 ***	-2,3	-20,4
	Quotidien (au moins 1 cig./jour)	26,3	23,8	1,11 ***	25,1	32,4 ***	-7,4	-22,7
	Intensif (plus de 10 cig./jour)	6,5	3,9	1,68 ***	5,2	7,7 ***	-2,5	-32,2
Chicha	Expérimentation	54,3	45,4	1,20 ***	49,9	64,7 ***	-14,8	-22,8
E-cigarette	Expérimentation	56,5	48,1	1,17 ***	52,4	53,3 *	-0,8	-1,6
	Récént (au moins un usage dans le mois)	20,7	12,7	1,63 ***	16,8	22,1 ***	-5,4	-24,2
	Quotidien (> 30 usages dans le mois)	2,8	1,0	2,95 ***	1,9	2,5 ***	-0,6	-22,8
Alcool	Expérimentation	86,6	84,6	1,02 ***	85,7	89,3 ***	-3,6	-4,1
	Actuel (au moins un usage dans l'année)	80,1	75,2	1,07 ***	77,7	82,4 ***	-4,7	-5,7
	Récént (au moins un usage dans le mois)	69,9	62,9	1,11 ***	66,5	72,0 ***	-5,5	-7,7
	Régulier (au moins 10 usages dans le mois)	12,0	4,6	2,62 ***	8,4	12,3 ***	-3,8	-31,3
	Quotidien ou 30 usages dans le mois	2,1	0,5	4,04 ***	1,3	1,8 ***	-0,4	-24,9
Ivresse	Expérimentation	55,1	45,6	1,21 ***	50,4	58,9 ***	-8,5	-14,4
Alcoolisation ponctuelle importante (API)	Récénte (au moins une fois dans le mois)	49,6	38,1	1,30 ***	44,0	48,8 ***	-4,8	-9,9
	Répétée (au moins 3 fois dans le mois)	21,7	10,9	1,99 ***	16,4	21,8 ***	-5,4	-24,7
	Régulière (au moins 10 fois dans le mois)	4,3	1,0	4,28 ***	2,7	3,0 *	-0,3	-10,4
Cannabis	Expérimentation	41,8	36,3	1,15 ***	39,1	47,8 ***	-8,7	-18,3
	Actuel (au moins un usage dans l'année)	34,4	28,1	1,23 ***	31,3	38,2 ***	-6,9	-18,1
	Récént (au moins un usage dans le mois)	24,2	17,5	1,38 ***	21,0	25,5 ***	-4,6	-17,9
	Régulier (au moins 10 usages dans le mois)	9,7	4,5	2,17 ***	7,2	9,2 ***	-2,0	-21,7
	Quotidien ou 30 usages dans le mois	4,7	2,1	2,22 ***	3,4	4,0 ***	-0,6	-14,4

Source : enquêtes ESCAPAD 2014,2017 (France Métropolitaine), OFDT

CROIRE OU NE PAS CROIRE... QUELLES VÉRITÉS SUR LES CONSOMMATIONS ?

« LES VRAIS CHIFFRES DES CONSOMMATIONS (3) »

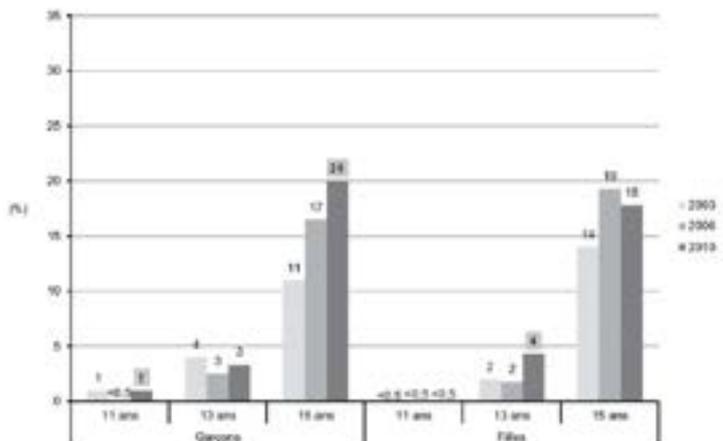


Figure 1.4 : Évolution du tabagisme quotidien entre 11 et 15 ans selon le sexe (Source : enquêtes HBSC (2006-2010) et Espad (2003))

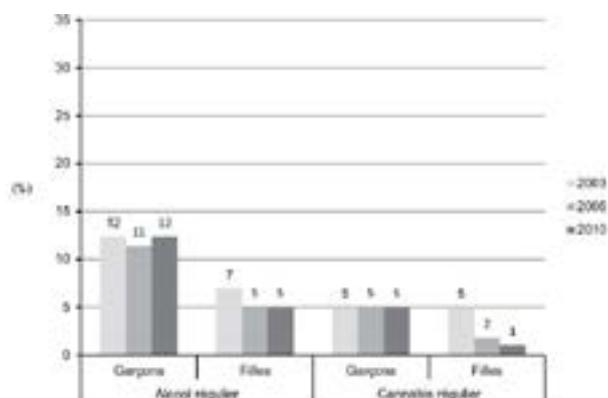


Figure 1.5 : Évolution des usages réguliers d'alcool et de cannabis à 15 ans selon le sexe (Source : enquêtes HBSC (2006-2010) et Espad (2003))

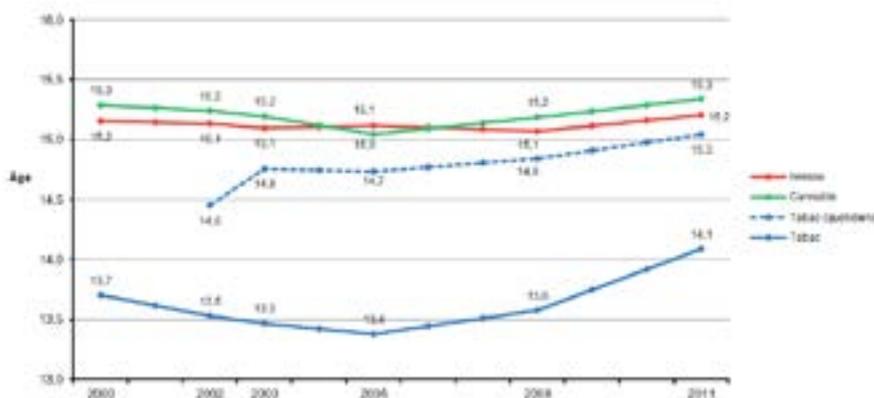


Figure 1.15 : Évolution de l'âge moyen de la 1^{re} cigarette, de la 1^{re} ivresse et du 1^{er} usage de cannabis (Source : enquêtes Escapad)

Évolution de l'âge moyen de la 1^{re} cigarette, du 1^{er} usage de cannabis et du tabagisme quotidien (en années)



FAIRE OU NE PAS FAIRE COMME LES AUTRES

La plupart des jeunes veulent, en général, être ensemble, en groupe. Que ferais-tu pour faire partie d'un nouveau groupe ? Qu'est-ce que le groupe pourrait attendre de toi pour t'accepter ? Comment le groupe pourrait-il réagir à ce que tu fais ou dis ? Ces questions sont le sujet de cette séance.

Un groupe peut être uni par :

Certains signes distinctifs

Hommes/femmes, style vestimentaire, un check, etc.

Certaines compétences

Talents sportifs, talents musicaux, techniques d'acrobaties en vélo, etc.

Certains comportements

Une façon de danser, fumer, ne pas fumer, etc.

Une langue commune

Un dialecte local, la langue utilisée pour les SMS, certains mots en code, etc.

Après avoir observé la situation qui t'est présentée, mets-toi dans un groupe et réponds à trois des questions ci-dessous avec ton groupe.

- **Qu'avez-vous ressenti par rapport à votre propre opinion et à vos idées ?**
 - **... et par rapport à vos sentiments ?**
 - **Avez-vous perçus des commentaires/informations venant des groupes ?**
 - **Qu'est-ce qui a facilité les choses ? Qu'est-ce qui a rendu les choses difficiles ?**
- Comment avez-vous fait face ?**
- **Dans quelles situations pourriez-vous utiliser des éléments vécus dans la seconde phase du jeu ? Qu'est-ce que cela signifie pour le groupe et pour les élèves qui souhaitent faire partie d'un groupe ?**
 - **Quelles possibilités avez-vous d'entrer dans un groupe ou de faire face quand vous en êtes exclus ?**
 - **Quelle responsabilité porte le groupe lorsqu'il décide de ne pas accepter quelqu'un ?**
 - **Que feriez-vous pour faire partie d'un groupe ?**
 - **Si vous avez le choix de faire partie d'un groupe, sur quelle base (quels critères) décideriez-vous d'y entrer ou pas ?**
 - **A quel(s) groupe(s) tu appartiens ?**
 - **A quel(s) groupe(s) tu appartenais ?**

PUB OU CONTRE-PUB

EXEMPLE DE CONTRE-PUB

Contre-pub Nutella, suite aux informations sur l'utilisation d'huile de palme dans cette pate à tartiner...



Contre-pub Apple, suite aux dénonciations sur l'iPhone 6 qui se pliait...



La publicité cherche à influencer nos consommations en permanence. Quelles méthodes sont utilisées par la publicité ? Quels arguments fonctionnent mieux sur nous ? Comment la publicité présente-t-elle les produits ? Ces questions sont le sujet de cette séance.

Les méthodes de la pub :

La raison & l'émotion

Laquelle choisit les pubs de l'alcool (et beaucoup d'autres entreprises) ?

L'émotion bien sûr ! Sinon, ils ne vendraient pas beaucoup !

« *Le cœur a des raisons que la raison ne connaît pas* »

LES STRATÉGIES DE BASE

RÉCLAME	<p>Multiplie les expositions au message (matraquage). Développe un seul argument non ambigu, pour que ça soit vite lu, entendu ou vu. Utilise des slogans accrocheurs.</p> <p>Exemple : « Mercurochrome, le pansement des héros ! »</p>
INFORMATIVE	<p>Rassure sur la qualité du produit (argumentations parfois pseudo-scientifique) : démonstrations, témoignages, dramatisation, exagération</p> <p>Sous couvert de présenter le produit de façon objective, cela n'empêche pas d'idéaliser la réalité du produit : les jeunes qui boivent en boîte n'ont pas une haleine d'hyène, les aventuriers dévalant la montagne pour une canette ne se prennent pas les pieds dans les lacets, et le barbecue ne salit jamais les buveurs d'apéro.</p>
SUGGESTIVE	<p>Ne raconte pas le produit, mais met en avant nos désirs de puissance, de richesse, d'amour, de plaisir, d'aventure, de naturel, de folie..., sur nos manques. Pour les ados, s'y greffe un parfum d'interdit ou de provocation.</p> <p>Les alcooliers utilisent fortement cette stratégie (souvent liée à des situations positives). Les aspects négatifs sont traduits par des euphémismes : par exemple, l'ivresse est changée en une capacité à « voir le monde autrement ».</p> <p>L'argumentation joue même sur les besoins fondamentaux : physiologiques (« étanche la soif »), sécurité (« bon pour les artères »), appartenance (« Jupiler, les hommes savent pourquoi »), estime (« le vin des connaisseurs »), accomplissement (« 1664, au-delà des mots »).</p>
INTÉGRATIVE	<p>S'aligne sur des normes, ou à se démarque de celles-ci. Donne un signe de reconnaissance → les gens imiteront ce signe. On s'identifie à la personne qui consomme dans la pub et/ou dans la vie. Exemple : les hommes riches boivent du whisky ; l'apéro du sud, c'est le pastis... S'aligne aussi selon le calendrier (Apéritifs au mois de mai, champagne aux fêtes, bière brune en hiver, blanche en été) ce qui cristallise en retour les normes.</p>
DISSONANTE	<p>Dérange le consommateur et l'amène à réfléchir. C'est à double tranchant : celui-ci peut ainsi éviter le message, voire interpréter les informations, et discréditer sa source. Cette stratégie est surtout utilisée dans les campagnes de santé publique de prévention, et peu dans la publicité commerciale.</p> <p>Exemple : campagne contre l'alcool au volant <-> « de toute façon je ne suis jamais saoul / je bois jamais bourré / je conduis mieux bourré »</p>
CACHÉE	<p>Publi-reportage (faux article, reportage) ou placement de produit (apparition de la marque dans un film)</p>

Bertrand Cathelat a popularisé les 'styles de vie' ou 'mentalités', différemment sensibles aux publicités.

<p style="text-align: center;">LES DÉCALÉS</p> <p>sont ouverts au changement. Souvent jeunes, développent une pensée « alternative », assez critique envers la société traditionnelle. N'aiment pas la publicité, sauf celle qui se montre folle, créative ou de second degré (faire rire, rêver ou voyager). Ex : une pub d'un chat transformé en panthère à travers une bouteille.</p>	<p style="text-align: center;">LES CONSERVATEURS</p> <p>sont attachés aux valeurs. Certains sont sensibles au patrimoine, au luxe bourgeois, aux valeurs traditionnelles. D'autres à l'éthique, au respect de la planète... Ils peuvent être très attachés à un produit traditionnel ou dit « bio ». La pub pour le whisky Cambell est assez caractéristique : « Vous entrez sur les terres du clan Cambell »</p>
<p style="text-align: center;">LES ÉGOCENTRÉS</p> <p>sont jeunes, plutôt narcissiques, épris de plaisirs matériels. Ils sont souvent représentés dans les pubs pour alcools, qui leur offrent un miroir positif. C'est notamment le cas pour les alcools les montrant occupés à draguer, sûrs de leur image (Baileys).</p>	<p style="text-align: center;">LES ACTIVISTES</p> <p>ont réussi dans la vie, s'estiment faire partie des « meilleurs », consomment des marques se présentant comme telles. Ils ont développé un projet éthique, bio, social, tiers-mondiste (anciens décalés). Ou bien, ils apprécient la nouveauté, la puissance, l'aventure (anciens égocentrés). Ex « Carlsberg. Probably the best beer in the world ».</p>
<p style="text-align: center;">LES MATÉRIALISTES</p> <p>sont conservateurs. Ils consomment les produits nationaux, si possible bon marché. Ils sont à l'affût des réclames, se méfient de la publicité trop « bien faite » : « 3 cl de Touche française dans un demi de bière » (Picon)</p>	<p style="text-align: center;">ET VOUS ? QUELLE MENTALITÉ PENSEZ-VOUS AVOIR ?</p>

Prenez le temps de réfléchir à cela, car aujourd'hui, vous (les jeunes) êtes les premières cibles des publicités de l'alcool. Savoir quelle mentalité nous avons permis de prendre du recul sur les publicités.

A quoi êtes-vous sensible dans la pub ? (stratégie, type de produit)

PRÉVENT'ACTION (1)

CRÉER UN SPOT (1)

Ecrivez et confrontez vos idées à 4 ou 5. Il est nécessaire que vous vous écoutiez (parlez avec des messages-Je). Ne soyez pas trop nombreux : cela risque d'être galère pour monter un scénario.

Avant de filmer, réfléchissez... Ecrivez un scénario !

- Quelle est votre **CIBLE** ? [des ados + jeunes ? de votre âge ? des enseignants ? des parents ?]
- Quel est votre **MESSAGE** ? Qu'est-ce que vous voulez transmettre à travers le spot ? Vous allez raconter une histoire autour de celui-ci ! Pensez à ce que le spectateur va comprendre ! Imaginez ce que vous voulez lui faire vivre et ressentir. Il suffit d'une idée, d'une trame, pour lancer le projet.
- Quel est votre **TITRE** ?
- S'il y en a un, quel est votre **PERSONNAGE PRINCIPAL** (ou plusieurs) ? Quelles sont ses **CARACTÉRISTIQUES** fortes ? Il faut qu'on comprenne sans le voir de qui il s'agit (une personne âgée, un bébé, un géant, etc.) grâce aux réactions des autres sur son passage, sa taille, ses bruits de pas, etc. Tous cela sont des clefs de mise en scène !
- Quel est son **OBJECTIF** ? (mettre en lien avec le message à faire passer)
- Quelle est votre **FIN** ?
- Projetez-vous : est-ce que votre scénario est techniquement **RÉALISABLE** ? [s'il y a besoin d'effets spéciaux, cela va être plutôt compliqué !]
- Pour chaque élément tourné, réfléchissez aux différents plans [par exemple, vous voulez montrer une fille heureuse --> comment vous montrez qu'elle est heureuse ? --> Plan sur son sourire ; plan où elle saute de joie ; plan où elle prend un ami dans ses bras, etc.] Toujours se demander « Comment on montre que... ? »
- **VOIX OFF** : ce choix est souvent le plus judicieux si l'on veut que ça soit un rendu « pro ». Mais attention, il faut avoir écrit le texte avant de filmer ! [Vous écrivez le texte, vous vous enregistrez en train de le lire tranquillement, puis ce temps de lecture représente votre temps de spot] En général, 1 phrase = 1 image.

Un fichier Excel, utilisé par des professionnels de la production, pourra vous être transmis pour vous aider à écrire vos scènes/plans, etc.

3GP ou MP4 = Formats principaux des fichiers vidéo produits par les téléphones mobiles

Plan séquence = film qui a été tourné en une seule fois, sans aucun montage. Cette technique favorise le travail d'équipe et la concentration (il faut tout faire lors du tournage !)

Avant de filmer, derniers raccords...

- Allez faire des **REPÉRAGES** sur place, là où vous pensez filmer !
- Vérifiez la **BATTERIE** et d'autres réglages : activation ou non du **FLASH**
- Evitez les sons & images **PARASITES** [attendez que des voitures ou passants passent par exemple]
- Si vous avez : pensez à un **TRÉPIED** pour des vidéos stabilisées et/ou à un **MICRO** pour une meilleure prise de son.

A vos Smartphones... filmez !

Prenez conscience de tous les éléments qui composent l'image : le décor, l'acteur, l'image, le son, la couleur, le mouvement... N'hésitez pas à recommencer encore et encore le tournage, jusqu'à ce que l'image soit parfaite (sans obstacle, sans sons parasites, etc.).

- Evitez le **ZOOM** : ça crée du tremblement et du flou ! Rapprochez-vous si vous voulez montrer quelque chose de + près.
- **SUIVEZ TOUJOURS** quelqu'un ou quelque chose, mais ne faites jamais de mouvements de caméra volontaires (tournez la caméra vers quelque chose d'autre) ! Pour passer à autre chose, attendez par exemple qu'une personne se déplace : vous pouvez ainsi la suivre et le spectateur reste concentré sur celle-ci sans voir la technique de la caméra bouger (tremblements, recadrage, etc.). [Au cinéma : une scène de restaurant commence quasiment toujours par un plan où l'on suit le garçon de café, qui nous amène aux personnages principaux attablés]

PRÉVENT'ACTION (1)

CRÉER UN SPOT (2)

- Choisissez votre **RÉSOLUTION D'IMAGE** : nombre de pixels qui la composent (aller dans options et chercher « taille de l'image »)
 - o Si dialogue, faites attention au **CHAMP/CONTRE CHAMP** : aller sur Youtube et tapez « champ/contre champ » pour comprendre ce que c'est.
- Attention aux **CADRAGES** :
 - o Evitez de mettre le **VISAGE** au centre de l'image : cela peut couper le buste du personnage et provoquer un effet bizarre avec beaucoup de vide au-dessus de la tête
 - o Tenez le téléphone **HORIZONTALEMENT** pour filmer en mode « paysage »
 - o Si c'est un effet recherché, vous pouvez utiliser la technique de la **CAMÉRA SUBJECTIVE** (le point de vue de la caméra est alors celui d'un personnage --> + d'identification au personnage)
 - o On filme souvent à hauteur de notre **REGARD** : vous pouvez modifier cela pour créer un effet !
- Contrairement à ce que l'on pense, **LE SON** est un des éléments le + important. Le micro est omnidirectionnel (enregistre dans toutes les directions) donc attention aux remarques/respiration pendant le tournage :
 - o Soyez le plus **PROCHE** possible de la source sonore
 - o Evitez les bruits d'ambiance / soyez dans un endroit le + **CALME** possible
 - o **CALEZ-VOUS** par rapport au son : déclenchez et arrêtez de filmer en conséquence
 - o Vous pouvez utiliser le principe de la **VOIX OFF** (+ facile d'avoir une bonne qualité de son).
 - o Enregistrez votre **COMMENTAIRE** en attendant 1 à 2 secondes après le début du tournage pour parler (sinon coupures un peu brutales au montage).
- Jouez sur le **RALENTI** : en temps normal dans une vidéo, c'est 25 images/seconde. Vous pouvez filmer à 56 images par seconde pour ensuite au montage ralentir l'image.

LE SAVIEZ-VOUS ? Un spot d'1min30 représente environ 20 plans différents !

Après avoir filmé... Qu'est-ce qu'on fait ?

- Dans le groupe, désignez 2 ou 3 personnes max qui s'occupent du **MONTAGE** : si vous êtes trop, vous n'arriverez jamais à vous rassembler et à travailler efficacement.
- **EXPORTEZ** la ou les vidéos sur un ordinateur et faire au préalable une conversion de format vidéo.
- Pensez à la **MUSIQUE** : celle-ci peut tout changer au spot ! Attention, vérifiez qu'elle soit libre de droits [pas question de piocher votre morceau préféré dans votre playlist, gare aux droits d'auteur !]. Il existe des sites pour en télécharger : <https://audiojungle.net/>
- Utilisez une **APPLICATION** pour monter votre vidéo :
 - o **MAGISTO** est utile pour créer des clips vidéo, en ajoutant un thème, des filtres et une bande-son.
 - o **MOVIE STUDIO** est tourné vers le montage vidéo, avec la possibilité d'ajouter ou d'éditer des images et des clips. ['Video Maker Movie Editor']
 - o Si Apple : **IMOVIE** ou Premiere Clip

Pour approfondir :

Trouvez des sources d'inspiration : regardez des spots, des pubs, des films du Nikon Film festival...

Sur Youtube : - « Les leçons de cinéma » : il y a plein de conseils et techniques !

- « Filmé avec l'iPhone 6 par... »

- « Filmer avec un iPhone » de Sofyan

EXERCICES ENERGISANTS

Les exercices énergisants ici proposés peuvent aider à renforcer la collaboration ou l'activité physique de la classe. Ils viennent compléter le programme.

Salut ! Salut !

Les participants sont debout en cercle. Une personne contourne le cercle de l'extérieur et tape sur l'épaule de quelqu'un. Ce quelqu'un fait le tour du cercle dans l'autre sens jusqu'à ce qu'ils se rencontrent tous les deux. Ils se saluent trois fois par leur nom et poursuivent leur chemin autour du cercle, en marchant toujours dans des sens opposés jusqu'à ce que l'un des deux prenne la place vide dans le cercle. Celui qui perd la partie continue à tourner autour du cercle et tape sur l'épaule de quelqu'un et ainsi de suite, jusqu'à ce que tout le monde soit passé.

Jeu de jonglerie

Tout le monde est debout en cercle fermé. (Si le groupe est trop imposant, il pourrait être nécessaire de diviser le groupe en deux cercles). L'animateur commence par dire le nom d'une personne du cercle et lui envoie la balle. Cette personne fait ensuite de même : elle énonce le nom de quelqu'un puis lui lance la balle. Une fois qu'elle a lancé la balle, la personne lève la main, afin que les autres sachent qu'elle a déjà reçu et lancé la balle une fois. Lorsque tout le monde est passé, répétez les lancers dans le même ordre exactement, tout en donnant les noms. Puis l'animateur introduit quatre ou cinq balles supplémentaires dans le cercle, de manière à ce qu'il y ait toujours plusieurs balles échangées au même moment, toujours selon l'enchaînement choisi.

Noms et adjectifs

Les participants pensent à un adjectif qui décrit comment ils se sentent ou comment ils vont. L'adjectif doit commencer par la même lettre que leur prénom ; par exemple, « *je m'appelle Henri et je suis heureux* » ou « *je m'appelle André et je suis amusé* ». En le disant, les élèves peuvent aussi mimer une action qui décrit l'adjectif.

Les couples obligés

L'animateur choisit quelques expressions bien connues et écrit la moitié de chacune d'entre elles sur un bout de papier. Par exemple, il écrit « *Bon* » sur un bout de papier et « *anniversaire* » sur un autre bout de papier (le nombre de bouts de papier doit correspondre au nombre de participants du groupe). Les petits morceaux de papier sont pliés et mêlés dans un chapeau. Chaque participant pêche un morceau de papier dans le chapeau et essaie de trouver celui ou celle qui, dans le groupe, a l'autre moitié de la phrase qui figure sur son bout de papier.

Qui est le chef ?

Le groupe est assis en cercle. Une personne quitte la classe. Le groupe choisit un chef dont le rôle sera de faire de petits mouvements qui seront copiés par les autres.

Taper des pieds, par exemple, se gratter la tête ou se toucher le nez. Lorsque la personne qui avait quitté la classe revient, elle doit observer le groupe et deviner qui est le chef. Répétez l'exercice quelques fois.

Qui es-tu ?

Demandez à un volontaire de quitter la classe. Pendant son absence, les autres décident d'un métier pour le volontaire, par exemple, chauffeur, pêcheur, etc. Lorsque le volontaire revient dans la classe, ses condisciples lui miment des activités liées au métier choisi. Le volontaire doit l'identifier sur base de ce que ses camarades lui miment.

Les lions

Demandez aux participants de se mettre par deux et de former un cercle. Disposez suffisamment de chaises en cercle afin que tous les couples, sauf un, aient des sièges. Chaque couple décide, en secret, quel animal il est ; le seul animal interdit est le lion. Les deux participants sans siège sont des éléphants. Ils tournent autour du cercle en énonçant les noms de divers animaux. Lorsqu'ils ont deviné juste, les animaux identifiés doivent se lever et marcher à la suite des éléphants en mimant la démarche de l'animal qu'ils représentent. Le jeu se poursuit jusqu'à ce que tous soient identifiés. Alors les éléphants disent « lions » et tous les couples se précipitent sur les chaises. Le couple qui reste sans siège devient le couple d'éléphants au tour suivant.

Le clin d'œil du sommeil

Avant le début du jeu, demandez à un élève d'être celui qui « fera des clins d'yeux » et donnez-lui pour consigne de garder son identité secrète. Expliquez à la classe qu'une personne du groupe peut faire dormir les autres en leur faisant un clin d'œil. Vous ne pouvez pas faire de clin d'œil à moins que vous n'en ayez reçu spécifiquement la consigne. Tout le monde se met à déambuler dans la classe, dans tous les sens, tout en gardant le contact visuel avec toutes les personnes que l'on croise. Si quelqu'un reçoit le clin d'œil du sommeil, il doit s'endormir directement en se couchant par terre. Le but du jeu est de découvrir qui est celui qui détient le clin d'œil du sommeil.

Le soleil brille ...

Les participants sont debout ou assis en cercle bien fermé avec une personne au milieu. La personne au milieu dit « *le soleil brille ...* » et cite un accessoire, une couleur, un vêtement que porte quelqu'un du groupe. Par exemple, « *... sur toutes les chemises bleues !* », « *sur tous les yeux bruns !* » ou « *sur toutes les chaussettes courtes !* ». Les personnes qui appartiennent à ce groupe se lèvent et courent vers une chaise vide. La personne au milieu du cercle essaie aussi de trouver un siège. La personne qui reste debout énonce à son tour « *le soleil brille...* ».

Noix de coco

Montrez aux élèves comment épeler N-O-I-X-D-E-C-O-C-O en utilisant vos bras et votre corps. Tous les participants essaient ensemble. Avec la classe, cherchez d'autres mots faciles à « épeler ». Ensuite, demandez à chaque élève d'écrire son nom. Faites le tour de tous les noms ou de quelques noms. En fonction du temps disponible, laissez les élèves faire le même exercice avec une seule main ou laissez-les converser en silence en écrivant des phrases courtes dans le vide.

Qui suis-je ?

Distribuez des cartons portant le nom de personnes célèbres (stars de la télé, célébrités, hommes politiques). Chaque élève colle un carton dans le dos d'un autre élève sans le lui avoir montré au préalable. Donnez ensuite pour consigne aux participants de déambuler dans la classe et de poser des questions à leurs camarades sur l'identité de la personne célèbre dont ils ont le nom dans le dos. Les réponses aux questions ne peuvent être que « oui » ou « non ». Le jeu se poursuit jusqu'à ce que tout le monde ait découvert qui il est.

Les statues

Demandez au groupe de déambuler dans la classe en balançant nonchalamment la tête et la nuque. Après quelques instants, dites un mot à voix haute. Les élèves doivent se figer comme un groupe de statues dans une position qui décrit le mot. Par exemple, si l'animateur crie « paix », tous les participants doivent immédiatement adopter, sans parler, des poses qui expriment ce que veut dire le mot « paix » pour eux. Répétez l'exercice plusieurs fois.

Se déplacer vers un point

Demandez à chacun de choisir un point particulier dans la classe. Chaque élève commence le jeu en se tenant debout sur « son point ». Donnez pour consigne aux élèves de déambuler dans la classe et dites-leur ce qu'ils doivent faire : par exemple, sautiller, dire bonjour à tous ceux qui portent du bleu, marcher à reculons, etc.... Lorsque l'animateur dit « stop », chaque élève doit retourner à son point de départ. La personne qui atteint son point en premier, devient le leader et peut donner les consignes au groupe.

Le jeu de la banane

Un objet est choisi : une banane, un trousseau de clés, par exemple. Les participants sont debout en cercle, les mains derrière le dos. Une personne se porte volontaire pour se tenir au milieu du cercle. L'animateur marche à l'extérieur du cercle, derrière les élèves et glisse discrètement la banane ou l'objet dans la main de quelqu'un. La banane passe ensuite secrètement de main en main dans le dos des participants. Le rôle du volontaire au milieu du cercle est de scruter le visage des autres et de découvrir où se trouve la banane. S'il y parvient, le volontaire prend la place de cette personne dans le cercle et le jeu continue avec celui qui a été démasqué au milieu.

La course en taxi

Demandez aux participants de faire semblant de monter dans un taxi. Le taxi ne peut accueillir qu'un certain nombre de gens,

quatre, cinq ou huit. Choisissez un certain nombre de personnes qui seront les chauffeurs de taxi. Ils déambulent dans la classe et chargent des passagers un à un jusqu'à ce que leur taxi soit plein. Ce jeu est utile lorsqu'il s'agit de répartir, au hasard, la classe en petits groupes pour une autre activité.

La salade de fruits

L'animateur répartit les participants en groupes de taille égale et donne à chacun des 3 ou 4 groupes un nom de fruit. Les participants s'installent ensuite en cercle sur des chaises. Une personne doit se tenir debout au centre du cercle formé par les chaises. L'animateur énonce le nom de l'un des fruits, « orange », par exemple, et tous les élèves qui ont reçu le nom d'orange doivent intervertir leurs places. La personne qui est debout au milieu essaie de prendre la place de l'un de ses camarades alors que celui-ci change de place, laissant ainsi une autre personne sans siège. C'est cette dernière qui passe alors au milieu du cercle et crie le nom d'un autre fruit ; et le jeu continue. Si la personne crie « salade de fruits », tout le monde doit changer de place.

Variante de ce jeu : les noms de quatre ou cinq fruits différents sont écrits sur des cartons (banane, pomme, orange, cerise, kiwi). Les cartons sont distribués au hasard aux élèves. Les élèves doivent ensuite composer une salade de fruits avec tous les fruits (pour répartir la classe en petits groupes).

Danser sur du papier

L'animateur prépare des feuilles de papier journal ou des morceaux de tissu de taille égale. Les participants sont divisés en groupes de deux. Chaque paire reçoit soit une feuille de journal, soit un morceau de tissu. Les couples dansent tant que l'animateur passe de la musique ou tape dans ses mains. Lorsque la musique ou le son s'arrête, tous les couples doivent se tenir debout sur leur propre feuille de journal ou morceau de tissu. La musique reprend ; lorsqu'elle s'arrête à nouveau, le couple doit plier le journal ou le tissu en deux avant de se tenir debout dessus. Après plusieurs tours, le journal ou le tissu devient tout petit à force d'être plié et plié encore. Les couples qui ont une partie de leur corps en contact direct avec le sol sont éliminés. Le jeu continue jusqu'à ce qu'il y ait un couple vainqueur.

Marée montante/marée descendante

Tracez une ligne qui représente le rivage et demandez aux participants de se tenir debout derrière la ligne. Lorsque l'animateur crie « La marée descend ! », tout le monde saute vers l'avant par-dessus la ligne. Lorsqu'il crie « La marée monte ! », tout le monde saute vers l'arrière et refranchit la ligne imaginaire du rivage. Si l'animateur crie deux fois de suite « La marée descend ! La marée descend ! », les participants qui se trompent sont éliminés.

Mon voisin de droite...

Les élèves sont assis en cercle. Demandez-leur de réfléchir quelques instants et de dire quelque chose de positif sur leur voisin de droite. Donnez-leur le temps de réfléchir avant de commencer le jeu.

L'ALCOOL

Les connaissances scientifiques

- La dénomination chimique de l'alcool est l'alcool éthylique ou éthanol.
- L'alcool ralentit le système nerveux central. Cela signifie que toutes les réactions deviennent plus lentes sous l'effet de l'alcool de façon incontrôlée.
- En outre, l'alcool influe sur le psychisme (la substance dite psychoactive), nos émotions, nos pensées et notre perception sont modifiées par l'alcool.
- L'alcool atteint tous les organes du corps via le sang. Quelques 90 % de l'alcool consommé arrivent au cerveau.
- 30 à 60 minutes après avoir été consommé, le taux d'alcool dans le sang atteint sa concentration maximale. Le taux d'alcoolémie précis dépend de la quantité d'alcool absorbée, de la vitesse d'absorption par les intestins et l'estomac, du poids corporel, du sexe et de la vitesse de dégradation de l'alcool qui est différente d'un individu à l'autre. Le taux d'alcoolémie est exprimé en « pour mille ». Un pour mille signifie qu'un litre de sang contient un millilitre d'alcool pur.
- Un verre de bière (250ml, 5%), de cocktail (70ml, 18%), d'un « sec » tel que du whisky (25ml, 45%) et un de vin (100ml, 12%) contiennent la même quantité d'alcool pur, à savoir 8 à 10g.
- La dégradation de l'alcool prend un certain temps. Pour dégrader 0,1 pour mille d'alcool, notre foie a besoin d'une heure (même plus pour les femmes). Après une soirée bien arrosée, on a encore de l'alcool dans le sang le lendemain.
- Une consommation d'alcool chronique, régulière et intensive peut provoquer une accoutumance physique et psychique grave.
- Une consommation même modérée pourrait aussi nuire à la santé. Ainsi les récentes recommandations de l'OMS sont à la baisse : pour les hommes et les femmes, 10 verres standard par semaine et pas plus de 2 verres standard par jour. Ils recommandent donc d'avoir des jours dans la semaine sans consommation.
- Rappelons que 2 verres d'alcool à dose de bar (vin, bière ou autres) affectent les aptitudes à conduire (augmente le temps de réaction, diminue les réflexes, la vigilance et la résistance à la fatigue...) et sont sanctionnés en France : conduire avec une alcoolémie comprise entre 0,5 et 0,8 g/l est sanctionnée par une amende d'un maximum de 750 euros, et le retrait de 6 points du permis de conduire. Si > 0,8 g/l, amende jusqu'à 4500, - 6 point de permis voire suspension ou annulation du permis.

Effets possibles

- L'effet de l'alcool se produit en « deux stades » :
 1. une réaction immédiate agréable, relativement prononcée et qui ne dure pas très longtemps (un sentiment de relaxation, d'apaisement, de désinhibition...). Les battements du cœur s'accroissent, tout comme la respiration. Dans de nombreux cas, la personne se sent plus sociable et plus encline à établir des contacts avec les autres.

2. une réaction désagréable apparaît lentement, pas très prononcée mais de longue durée, telle que nervosité, mauvaise humeur, manque d'énergie ou gueule de bois. La personne ne maîtrise plus la situation, évalue mal les risques et s'angoisse. Elle pourrait réagir de façon impulsive et faire des choses qu'elle regretterait par la suite. Une nouvelle consommation d'alcool peut mettre un terme à cet effet désagréable ou même le remplacer par un effet agréable. Ceci implique un risque de consommation d'alcool accrue de plus en plus fréquente.
 - Après une consommation plus importante encore (taux d'alcoolémie de 1,3 - 3 pour mille), la personne est à peine capable de coordonner ses mouvements, elle titube et son pouvoir de concentration est limité. Souvent, la vision est trouble et elle parle de manière peu claire. En outre, bon nombre de personnes ont des nausées.
 - A partir de 3 pour mille, une diminution ou une augmentation excessive de la température se produit ou encore un sommeil profond survient ; à partir de 4 pour mille, il y a un risque de coma ou de mort.

Risques à connaître

- La plupart des accidents sont causés par des personnes qui consomment de l'alcool : les accidents de voiture (première cause de mortalité sur la route), les accidents ménagers, les comportements destructeurs ainsi que les suicides sont très souvent le résultat d'un abus d'alcool.
- L'alcool désinhibe aussi le comportement avec, par exemple l'apparition d'une certaine agressivité ou un comportement sexuel osé.
- Une consommation régulière d'alcool entraîne une diminution des capacités, de la concentration et des facultés cognitives. Une destruction des cellules cérébrales est observée chez les personnes buvant beaucoup. Plus la consommation quotidienne augmente, plus les lésions s'aggravent.
- Les consommateurs réguliers développent une « tolérance » à l'alcool. Cela signifie que le corps a besoin d'une quantité d'alcool supérieure pour ressentir le même effet de relaxation, mais simultanément, le corps pâtit énormément de ces quantités importantes (même si vous n'en ressentez pas les symptômes).
- L'alcool fait grossir : un verre de bière contient 100 kilocalories. Les alco-pops (prémix) en contiennent 146. Mais attention, manger en buvant est important ! A jeun, la propagation de l'alcool dans le sang est beaucoup plus rapide.
- L'alcool est nocif pour le cœur et le foie et influence la tension. Les personnes atteintes de certaines maladies devraient dès lors renoncer à en consommer.
- L'alcool est toxique pour les fœtus : la consommation d'alcool étant enceinte nuit au développement du fœtus (passe par le placenta dans son sang) et peut entraîner des séquelles irréversibles (malformations des organes, atteintes du cerveau).
- Une consommation d'alcool mélangé à d'autres substances est excessivement dangereuse. Combiner alcool et tranquillisants (sommifères ou relaxants), accroît le risque de perte de conscience, de collapsus ou d'arrêt respiratoire pouvant entraîner la mort.

LE CANNABIS

Les connaissances scientifiques

- Le cannabis est un terme utilisé pour désigner les produits dérivés du chanvre tels que le haschisch et la marijuana.
- Le cannabis contient du tétrahydrocannabinol (THC). Cette substance influe sur notre psychisme (substance psychoactive) : en d'autres termes, nos pensées et nos émotions sont influencées par le cannabis. L'effet qu'il produit (agréable ou irritant) dépend d'un grand nombre de facteurs (voir effets possibles).
- Lorsque vous fumez du cannabis, le THC est absorbé par le sang via les poumons, pour ensuite être transporté vers tous les organes. Des traces de THC peuvent être détectées dans les urines, même des semaines après la consommation.
- Lorsque le THC atteint le cerveau, il influe sur des zones qui sont responsables de l'enregistrement de nouvelles informations reçues ainsi que de l'exécution automatique de mouvements spécifiques. C'est pourquoi la plupart ne peuvent se souvenir de nouvelles informations reçues sous l'influence du cannabis, ont une perception perturbée du temps et peuvent à peine contrôler leurs mouvements.

Effets possibles

- Les sensations que l'on éprouve après avoir consommé du cannabis, varient très fort d'une personne à l'autre. L'effet dépend de la quantité consommée, des expériences faites par la personne, des circonstances extérieures et également des attentes de la personne. Il se pourrait qu'une personne ne ressente rien les premières fois qu'elle consomme, alors qu'une autre se sent mal ou ait une attaque de panique.
- Les effets recherchés sont se relaxer, s'amuser, être heureux, avoir des sensations fortes, oublier et/ou se sentir bien. En effet, le cannabis a un effet psychoactif. Les personnes se sentent généralement joyeuses et relax après avoir consommé du cannabis, le son de la musique est plus intense et les personnes rient davantage. La perception du temps et de l'environnement est différente. Sous l'effet du cannabis, on ne peut se concentrer sur des situations extérieures ou se souvenir de nouvelles informations. Cette phase dure généralement une à deux heures puis s'estompe lentement. Après, les personnes se sentent généralement somnolentes et faibles.
- Au cours de cette dernière décennie, les effets négatifs du cannabis sur les fonctions cérébrales ont été prouvés. Les personnes consommant régulièrement du cannabis connaissent de grandes difficultés au niveau des fonctions cognitives (mémoire à court terme, réactions ou faculté de solutionner un problème). Ces troubles cognitifs peuvent durer jusqu'à un an après l'arrêt de la prise de cannabis.

Risques à connaître

- Etant donné que l'effet du cannabis peut varier énormément, il y a toujours un risque d'expérience négative liée à sa consommation. En cas de tristesse, d'anxiété ou de troubles mentaux en particulier, il ne faut pas en consommer.
- La consommation de cannabis peut induire une dépendance psychique, liée aux effets recherchés.
- Des prises importantes de cannabis peuvent entraîner des troubles circulatoires (vertiges ou même évanouissement).
- Sous l'influence du cannabis, la personne est plus sensible aux accidents étant donné une mauvaise perception ou estimation des situations critiques.
- La mémoire (notamment immédiate) et la concentration sont affectées par le THC. Une consommation quotidienne peut entraîner de gros problèmes scolaires, une réduction des activités ou contacts et une perte d'intérêt pour des activités précédemment appréciées.
- La consommation de cannabis a pour effet que la personne est davantage « renfermée » sur ses émotions, pensées et perceptions (modifiées par le cannabis). Certains se protègent ainsi totalement derrière le cannabis, en anesthésiant tout aspect interne et externe.
- Fumer du cannabis accroît le risque de problèmes respiratoires tels que bronchite, infections trachéales et pulmonaires. Comme à la cigarette, le cannabis détériore la condition physique et diminue les performances sportives.
- Etant donné que la fumée de cannabis (mêlé au tabac) est généralement inhalée plus profondément et conservée plus longtemps au niveau du poumon comparativement à la fumée de cigarettes, le mal causé par un joint est comparable à celui causé par 3 à 5 cigarettes (en ce qui concerne l'oxyde de carbone et le goudron).
- Boire ou manger du cannabis a des effets plus prononcés, même si ceux-ci apparaissent avec un certain retard (d'une heure approximativement). La consommation orale engendre plus souvent des hallucinations.
- En France, sa consommation est illégale et n'est pas tolérée par la société : jusqu'à 3750€ d'amende et 1 an de prison. L'incitation à l'usage et les actes de trafics le sont également : respectivement jusqu'à 75000€ et 7 500 000€ d'amende, et 5 ans et 30 ans de prison.
- Parfois (ou dans certaines régions), les produits sont beaucoup plus forts (ils contiennent davantage de THC). Les concentrations étant plus élevées, les problèmes et risques augmentent également.
- L'usage de cannabis peut dévoiler des troubles psychotiques (comme la schizophrénie) chez des jeunes ayant des vulnérabilités.

LA COCAÏNE

Les connaissances scientifiques

- La cocaïne se présente sous la forme d'une poudre cristalline blanche, d'un goût amer, produite à partir de feuilles de coca mélangées à de l'eau, de la chaux ou du carbonate de soude, du kérosène et de l'ammoniaque.
- La cocaïne est généralement sniffée mais peut également être injectée dans une veine.
- Les effets de la cocaïne sont très rapides et influent fort sur notre psychisme (pensées, perception et émotions). Si elle est sniffée, les effets s'en ressentent déjà quelques minutes plus tard.

Effets possibles

- L'effet de la cocaïne dure 30 à 60 minutes.
- La cocaïne provoque très rapidement un sentiment d'euphorie intense. Le consommateur se sent très éveillé, plein d'énergie, agité et ressent le besoin de bouger. Les pensées se bousculent et parfois, la personne devient volubile et dit des choses insensées. Elle se sent très sûre d'elle, prête à prendre des risques et peut devenir très maladroite et agressive. Il faut noter ici le danger de sous-estimer les risques réels, par ex. sauter de très haut.
- A l'état d'euphorie, la personne ne ressent pas la faim, la soif ni la fatigue.
- Lorsque l'effet de la cocaïne s'estompe, (après approximativement une heure), la personne se sent triste, tendue ou anxieuse pendant un certain temps et ressent le besoin pressant d'en reprendre immédiatement.
- De fortes doses de cocaïne peuvent déclencher de graves crises d'anxiété ou de délire, par exemple la personne peut penser être constamment observée ou poursuivie.

Risques à connaître

- La cocaïne peut provoquer ou amplifier des problèmes ou troubles mentaux. Les jeunes en particulier courent le risque de connaître des crises d'anxiété, de délire ou des psychoses.
- Malheureusement, la personne (surtout fille) a tendance à sous-estimer le danger dans une situation de flirt et ainsi, à subir une agression sexuelle.
- Il est possible de devenir dépendant de la cocaïne, en particulier parce qu'on se sent tellement mal une fois l'extase terminée qu'on a envie d'en reprendre immédiatement pour se sentir à nouveau fort et sûr de soi.
- Même si une prise, la cocaïne peut entraîner un infarctus du myocarde, un accident vasculaire cérébral, une hémorragie cérébrale, des crises d'épilepsie.

ECSTASY & AMPHÉTAMINES

Substances dites de soirée : mais attention à ce que cela ne crée pas une norme...

Les connaissances scientifiques

- Les substances consommées lors de soirées sont composées de diverses substances chimiques, conçues pour l'ambiance et la culture des fêtes, les événements musicaux et soirées dansantes.
- Toutes ces substances modifient vos pensées et perceptions étant donné leur influence sur le cerveau. Avec de l'ecstasy, vous êtes dans un autre état de conscience ; ce que vous pensez, ressentez ou voyez vous est inconnu. Les amphétamines stimulent : votre rythme cardiaque s'accélère et votre température augmente.
- Des produits qui n'ont rien à voir avec les amphétamines ou l'ecstasy sont parfois vendus comme tels.
- Les substances consommées lors de soirées sont souvent des pilules mais peuvent également être de la poudre ou avoir une forme liquide.
- La durée d'efficacité de ces substances dépend de la dose, du mode d'administration et de facteurs personnels tels que le poids du corps, le sexe ou ce que vous avez ingéré avant. Une dose moyenne a une efficacité de 3 à 8 heures, parfois même de 12 heures.

Effets possibles

- Les substances consommées lors de soirées vous donnent l'impression d'être heureux, actif, vif et volubile.
- Peu de temps après la consommation, les bras paraissent rigides, la bouche devient sèche et le pouls s'accélère. Les pupilles se dilatent. Vous avez parfois des nausées ou vous éprouvez des tensions au niveau de la mâchoire ou encore des grincements de dents. Ceci est dû à la dilatation des veines et à l'accélération du rythme cardiaque.
- Un peu plus tard, la sensation de faim ou de soif disparaissent, vous êtes très éveillé. Lorsque l'effet s'estompe, le contraire se produit : vous vous sentez fatigué, épuisé et triste. Ces effets négatifs peuvent durer jusqu'à 24 heures.
- Avec l'ecstasy, vous avez l'impression que les sensations positives ou négatives sont plus intenses, vous vous sentez davantage attiré par les autres.
- Sous l'influence de certains produits, certains peuvent devenir euphoriques ou être transportés par la musique, ce qui les incite à se tourner davantage vers les autres. Ils ne perdent pas le contrôle d'eux-mêmes. Les consommateurs d'ecstasy ressentent les mêmes effets mais ne maîtrisent plus leur corps ni leur comportement.

Risques à connaître

- Vous ne pouvez jamais être sûr des substances contenues dans les pilules ou la poudre, de leur concentration et du danger qu'elles représentent (à moins d'avoir procédé à une analyse chimique de la substance). Celles-ci ne sont pas des médicaments sous contrôle mais souvent des pilules de fabrication artisanale.
- Étant donné la disparition des sensations de soif et de fatigue, il y a un risque plus élevé que la température

du corps augmente fort et que la personne éprouve une chaleur excessive ou fasse l'objet d'hypertension : augmentation soudaine de la tension artérielle. Vu que vous ne maîtrisez plus l'état de votre corps, vous oubliez de boire de l'eau, de vous reposer brièvement ou de prendre un peu l'air.

- La consommation de substances lors de soirées peut provoquer une forte anxiété, des visions d'horreur et des troubles d'orientation.
- Ces sensations de fatigue ou de tristesse ressenties le lendemain du jour où vous avez consommé ces substances vous incitent à prendre des antidépresseurs ou d'autres médicaments.
- De telles substances engendrent une dépendance mentale : vous ne pouvez vous amuser lors de soirées sans avoir pris de l'ecstasy ou des amphétamines. Certains ont besoin d'un plus grand nombre de doses ou de doses supérieures pour ressentir les mêmes effets et s'ils arrêtent ou diminuent leur consommation, ils se sentent mal.
- Au niveau du cerveau, ces substances endommagent les axones (l'extrémité) de certaines cellules nerveuses, responsables de la production naturelle de sérotonine.

L'HEROÏNE

Les connaissances scientifiques

- L'héroïne est un dérivé artificiel de la morphine et est reprise parmi les opiacés.
- L'héroïne est une substance qui influe sur notre psychisme (substance psychoactive), l'héroïne modifie nos émotions, nos pensées et notre perception en agissant sur notre cerveau et en induisant un autre état de conscience.
- L'héroïne est un stupéfiant et un anesthésique qui entraîne une dépendance physique et psychique.
- L'héroïne s'injecte, se sniffe ou se fume. L'effet de l'héroïne peut durer de une heure à 24 heures, il dépend de la dose et du mode d'administration, du poids corporel, du sexe et des caractéristiques cérébrales du consommateur.
- Une tolérance apparaît déjà rapidement, des quantités de plus en plus importantes sont nécessaires pour avoir le même effet.
- Le corps s'habitue à l'héroïne, de fortes réactions apparaissent lors de l'arrêt de la consommation. Ces symptômes dits de sevrage sont de violents maux dans les membres, des bouffées de chaleur ou de froid, une dépression grave ou des hallucinations très effrayantes.

Effets possibles

- L'héroïne diminue l'anxiété et la tension. Les consommateurs d'héroïne signalent des sensations de chaleur, de bien-être et de bonheur, une meilleure « compréhension » des choses, des images magnifiques ou terrifiantes ou

encore un état de flottement entre l'éveil et le sommeil. Vu de l'extérieur, ils paraissent apathiques et indifférents.

- Les effets négatifs de l'héroïne sont : irritation, problèmes d'orientation, pertes de mémoire et amnésies ainsi qu'imprécision de langage.
- Parmi les autres effets, mentionnons une constipation extrême, une perte d'intérêt pour le sexe, l'absence de sensation de faim ou de soif. Un manque d'intérêt pour l'alimentation, les vêtements et l'hygiène peut très rapidement avoir comme conséquence un aspect négligé.
- L'héroïne provoque une dépression respiratoire qui peut être mortelle.

Risques à connaître

- Les effets de l'héroïne apparaissent très rapidement, la pensée et les réactions sont plus lentes. Les effets peuvent être de longue durée et rendre le consommateur plus sensible aux accidents à cause de la fausse perception et de la mauvaise évaluation des situations critiques.
- L'utilisation de matériel d'injection expose à un risque très élevé d'être contaminé par des maladies telles que l'hépatite ou le VIH (virus du sida).
- L'usage régulier de l'héroïne entraîne une certaine dépendance. Le consommateur doit augmenter les prises ou les doses pour ressentir le même effet. Un usage continu provoque une dépendance physique et psychique, avec des effets de sevrage importants lors de l'arrêt de la consommation.
- Etant donné que l'héroïne ralentit la respiration, consommer de l'héroïne lorsqu'on souffre de maladies pulmonaires (comme l'asthme), est fatal.
- La qualité de l'héroïne est souvent douteuse et il existe des mélanges extrêmement dangereux.

L'ADDICTION⁶

C'est un mode d'utilisation inadapté d'une substance ou d'un jeu, caractérisé par la présence d'au moins 2 des manifestations suivantes (sur 12 mois) :

Perte de contrôle sur la quantité et le temps dédié à la prise de substance ou au jeu ; Désir persistant ou des **efforts infructueux**, pour diminuer ou contrôler la consommation ; Beaucoup de **temps consacré à la recherche**, à la consommation de substances ou au jeu ; Besoin impérieux et irrésistible de consommer la substance ou de jouer (**craving**) ; Incapacité de remplir des **obligations majeures**, au travail, à l'école ou à la maison ; Consommation malgré des **problèmes interpersonnels** ou sociaux, malgré les **dégâts physiques** et/ou psychologiques et malgré des **risques physiques** ; **Activités réduites** au profit de la consommation ou du jeu ; Augmentation de la **tolérance** (besoin de quantités notablement plus fortes de la substance pour obtenir l'effet désiré) ; Présence d'un syndrome de **sevrage** (= l'ensemble des symptômes provoqués par l'arrêt brutal de la consommation ou du jeu).

MODULE ANNEXE

- QUIZ SUR LES SUBSTANCES -

QUELQUES MOTS SUR CETTE SÉANCE

Les cigarettes et l'alcool ne sont pas les seules substances accessibles à des élèves de l'âge de ceux dont vous avez la charge. Les drogues illicites telles que le cannabis, l'ecstasy et la cocaïne s'immiscent aussi dans le monde des jeunes.

Les médicaments tels que les somnifères ou les excitants ainsi que les produits dopants sont aussi des substances psychoactives. Il est impossible de fournir des informations précises sur chacune de ces substances. Toutefois, les élèves doivent apprendre à gérer les informations sur les consommations et les substances. C'est le but de cette séance.

OBJECTIFS

Les élèves ...

- Repèreront les effets et les risques potentiels des consommations
- Apprendront à traiter les diverses informations disponibles sur les substances

CE DONT VOUS AVEZ BESOIN

- Des fiches de question imprimées ou photocopiées
- Des cartons ou des morceaux de papier portant des calculs mentaux simples permettant de répartir la classe en équipes de deux

QUELQUES CONSEILS POUR VOUS AIDER À ANIMER CETTE SEANCE

Lisez à l'avance les fiches d'information sur les substances et le jeu (questions). Vous pouvez présélectionner les fiches d'information à photocopier ou les cartes de jeu à distribuer sur base de votre propre jugement ou vous pouvez les choisir en vérifiant les questions qui ont été posées par les élèves sur telle ou telle substance lors des séances précédentes.

L'information donnée contient beaucoup d'éléments biologiques et physiques. D'ailleurs, certains sujets peuvent être liés aux contenus du cours de SVT (rapport au corps humain et à la physiologie). Pendant le temps de réflexion, vous pouvez attirer l'attention des élèves sur les conséquences sociales des consommations, sur l'image des substances (consommer n'est pas « cool » en soi), sur les effets des substances sur l'apparence esthétique [attention à ne pas exagérer la culture du paraître].

INTRODUCTION 5 MINUTES

Formez des groupes de deux élèves en distribuant des cartons sur lesquels figure un calcul mathématique simple. Les élèves qui ont le même résultat forment une paire. Par exemple, $12-8$ et $100:25$ formeront une paire ; et $98+46$ et 12×12 , une autre paire. Les cartons que vous aurez préparés seront de deux couleurs différentes, afin que les couples soient automatiquement répartis ; par exemple, en 7 binômes rouges et 7 binômes bleus. Donnez à chaque duo trois fiches de questions qu'ils ne montreront à personne d'autre.

ACTIVITÉ PRINCIPALE 35 MINUTES

QUESTIONS SUR LES SUBSTANCES

Chaque binôme rouge rejoint un bleu ; le quatuor s'assied autour d'une table. Donnez le signal du début du premier tour : le binôme rouge pose sa première question au bleu. Celui-ci réfléchit quelques instants et répond. Si la réponse est exacte, le duo bleu a un point. Ensuite, le quatuor discute pour comprendre pourquoi la réponse est correcte. Vous donnez à nouveau le signal et le moment est venu pour le binôme bleu de poser une question au rouge. Vous continuez ainsi de suite en alternant jusqu'à ce que les six cartes questions aient été traitées par les groupes.

Imprimez les questions avec ou sans éléments de réponses sur les cartes question (comme vous le voulez).

Si vous le jugez nécessaire, vous pouvez laisser les élèves travailler à leur propre rythme sans que vous donniez le signal du passage à la question suivante. Cela détendra l'atmosphère par contre, cela ne permettra pas de longs débats sur les réponses...

Vous pouvez aussi donner à chaque binôme plus de trois cartes questions, car la même question peut être traitée par plusieurs groupes. Vous pouvez également proposer aux groupes d'échanger leurs cartes questions.

Vous pouvez également répartir la classe en 3 groupes (de 10 élèves environ) : utiliser un power point *Info* ou *Intox*. Chaque groupe, à chaque question, doit se concerter et donner une réponse collective. Le groupe qui a le plus de bonnes réponses a gagné.

SCORES & TRAITEMENT

Demandez quels duos ont trois, deux, un ou zéro point(s) et demandez à certains couples d'expliquer pourquoi leur réponse était correcte ou fausse.

Quelle information est facile à trouver ? Où pouvez-vous trouver l'information ?

Quelles sont les réponses qui vous ont surpris ?

Quelles sont les questions qui vous ont surpris ?

CONCLUSION (10 MIN)

Demandez aux élèves d'afficher les cartes réponses au mur de la classe.

Identifiez et résumez certains sentiments ou constats communs qui reviennent dans ce que les élèves ont appris.

Par exemple :

- Les médicaments et alcool aussi sont des substances psychoactives.
- Parfois, je crois des choses fausses et je l'ignorais complètement.
- Les substances ont des effets à court et long terme, et ce, sur des choses inattendues.

EN RÉSUMÉ...

1. Les élèves forment des binômes, puis des groupes de quatre pour un jeu
2. En petits groupes, ils posent les questions qui sont reprises sur les cartes questions/réponses
3. Le débat mené par l'animateur permet d'évaluer et d'analyser le travail en groupe

QUESTIONS GÉNÉRALES SUR LES SUBSTANCES

Q1: Une canette de bière, est-ce une drogue?

A. Oui B. Non

Toute drogue = une substance psychoactive = influence ton psychisme (tes émotions, ton comportement et ta perception), par l'effet qu'elle a sur ton cerveau.

Q2: Si tu prends un seul somnifère, es-tu en mesure de rouler en vélo en toute sécurité ?

A. Oui **B. Non**

Toutes les substances ont une série d'effets néfastes sur le corps et l'esprit. Ici, tu risques de t'endormir au guidon et perdre tes réflexes!

Q3 : Si je ne m'amuse pas après avoir bu une bière, devrais-je en boire une autre pour atteindre l'effet escompté?

A. Oui **B. Non**

L'effet d'une substance augmente lorsque tu en consommes davantage. En général, une + grande quantité te rend simplement malade.

Q4 : Tu te sens triste. Te sentiras-tu mieux après avoir pris des shots d'alcool?

A. Oui **B. Non**

Les substances n'affectent pas tout le monde de la même façon. Le fait de se sentir bien et euphorique, ou mal, en consommant un certain produit, dépend d'un bon nombre de facteurs.

Q5 : Une des affirmations suivantes n'est pas correcte. Laquelle?

- A. Les filles sont plus vite ivres que les garçons lorsqu'elles boivent de l'alcool.
- B. Les garçons boivent généralement plus que les filles.
- C. Les garçons peuvent boire plus que les filles.**

Les filles peuvent être + affectées par une consommation en raison de leur constitution physique (poids généralement inférieur et une teneur en eau inférieure de leur corps) et peuvent en expérimenter des effets sensiblement plus néfastes : en absorbant la même quantité d'alcool, une fille aura un taux d'alcoolémie de 20 % supérieur à celui d'un garçon.

QUESTIONS SUR LE TABAC

Q6 : Lorsque tu fumes des cigarettes, tes doigts deviennent plus chauds.

A. Oui **B. Non**

La nicotine provoque assez rapidement une constriction des vaisseaux sanguins --> battements de cœur augmentent très légèrement, --> les extrémités froides : les doigts et pieds se refroidissent + rapidement.

Q7 : La plupart des fumeurs continuent à fumer à jamais.

A. Oui **B. Non**

Presque tous les fumeurs s'arrêtent de fumer après un certain temps. Beaucoup de jeunes ne fument qu'un bref laps de temps, puis arrêtent (pas si cool, coût financier élevé, conséquences néfastes sur le sport, l'esthétique et bien sûr la santé).

Q8 : La cigarette permet-elle de perdre du poids ?

A. Oui **B. Non**

Même si fumer permet de dépenser des calories (200 calories environ pour 20 cigarettes fumées dans la journée), on ne maigrit pas forcément ! La nicotine dans le tabac, comme tout autre produit, influe sur plusieurs parties du cerveau. Les cellules du cerveau qui transmettent la sensation de faim, le goût ou l'odorat, sont légèrement modifiées par la nicotine.

Q9 : La cigarette rend la peau plus pâle avec des pores élargis et des impuretés: vrai ou faux?

A. Vrai B. Faux

Le fait de fumer a indéniablement un effet néfaste sur la douceur de la peau. La détérioration de la circulation sanguine est responsable de la dégénération de la peau (grise et pâle & rides apparaissent + tôt).

Q10 : Au Brésil, les cliniques de chirurgie esthétique ne traitent pas les fumeurs, les blessures de ceux-ci cicatrisant mal suite à la consommation de tabac : vrai ou faux ?

A. Vrai B. Faux

Le fait de fumer ralentit le processus de cicatrisation (une conséquence de la nicotine).

Q11: Parmi les affirmations suivantes, une seule est correcte. Laquelle?

- A. Si je ne fume des cigarettes que le week-end, je ne risque pas de m'accoutumer.
- B. Un adolescent peut devenir dépendant à la nicotine en ne fumant que quelques cigarettes par semaine.**
- C. Chiquer du tabac ne crée pas d'accoutumance à la nicotine.

Il n'existe aucune substance psychoactive qui ne crée pas d'accoutumance.

QUESTIONS SUR L'ALCOOL

Q12: Une des affirmations suivantes est correcte. Laquelle?

- A. Si tu bois de l'alcool, tu as plus de chance de réussir ton examen le lendemain.
- B. Le fait de boire de l'alcool détériore ton équilibre physique + tes facultés de coordination le lendemain (par ex. lorsque tu te rends au lycée à vélo).**
- C. Le fait de boire de l'alcool augmente ton aptitude à prendre rapidement des décisions le lendemain (par ex. pendant une réunion de classe).

Consommer ne résout pas tes problèmes. Parfois, ça peut même engendrer des problèmes supplémentaires (effets indésirables).

Q13: Une ou des affirmations suivantes sont correctes. Laquelle ou lesquelles ?

- A. La consommation d'alcool te rend peu fiable à l'égard de tes amis.**
- B. Le fait de fumer a comme conséquence que tu sens mauvais.**
- C. Boire beaucoup te rend attractif

On ne t'aimera pas davantage parce que tu consommes : ceux qui sont prêts à prendre un risque deviennent souvent le centre d'attention pour un bref laps de temps. Mais à long terme, ceux qui maîtrisent leur vie sont les plus populaires. Le tabac donne de mauvaises odeurs et l'alcool entraînent des modifications cognitives et exécutives, ce qui peut rendre peu fiable.

Q14: Lorsque tu as soif, quelle est la boisson la + saine?

- A. Eau minérale**
- B. Bière
- C. Cocktail alcoolisé

L'alcool déshydrate l'organisme --> il est excessivement dangereux de consommer de l'alcool en même temps que d'autres substances. Pour prévenir ces effets, il est conseillé de boire un maximum d'eau avant, pendant et après la consommation.

Q15: Plus tu manges, plus tu peux boire sans devenir ivre. Vrai ou faux?

- A. Vrai
- B. Faux**

Un estomac vide intensifie les effets de l'alcool qui surgissent aussi plus vite. Mais même si tu as mangé suffisamment, il est impossible de boire de grandes quantités d'alcool sans s'enivrer.

Q16: Après la fête d'hier soir, au cours de laquelle Michael a bu énormément, il a dormi 8 heures. Quelles sont ses chances de pouvoir se rendre à l'école et réussir son examen de mathématiques. Choisis la réponse correcte.

- A. Supérieures à d'habitude
- B. Comme d'habitude
- C. Inférieures à d'habitude**

Lorsqu'on a trop bu le soir, il n'est pas possible de bien dormir (stade du sommeil profond, du rêve est perturbé) et d'être en forme le lendemain --> baisse des performances physiques et cognitives.

Q17 : Jérémie se plaint que pour ressentir les effets de l'alcool, il dépense de plus en plus en boissons. Pourquoi ? Choisis la réponse la + probable.

- A. Le barman ajoute de l'eau à ses boissons.
- B. Les prix augmentent.
- C. Jérémie a développé une certaine tolérance à l'alcool (la quantité d'alcool habituelle ne suffit plus pour ressentir les mêmes effets).**

Tu peux très rapidement t'habituer à la boisson = c'est la tolérance à l'alcool qui augmente (= tu dois boire davantage d'alcool pour ressentir les mêmes effets et t'enivrer).

Q18: Deux affirmations suivantes n'est pas correcte. Lesquelles ? Si tu as la gueule de bois après avoir bu trop d'alcool, tu auras :

- A. des maux de tête**
- B. des démangeaisons aux bras
- C. des difficultés de concentration**

La gueule de bois survient lorsqu'on a bu trop d'alcool. Elle est le signe d'une intoxication et déshydratation de l'organisme se produisant généralement le lendemain. La fatigue est aussi au RDV.

Q19: Emilie dit qu'elle met du jus d'orange dans sa boisson afin de ne pas devenir ivre. A-t-elle raison?

- A. Oui
- B. Non**

La quantité d'alcool pur ne change pas lorsqu'on ajoute du jus, de l'eau ou des glaçons. Il est néanmoins conseillé de boire beaucoup de jus ou d'eau lorsqu'on consomme de l'alcool.

Q20 : Il est préférable de boire des prémix plutôt qu'un verre de bière car tu peux en boire davantage sans devenir ivre. Vrai ou faux ?

- A. Vrai
- B. Faux**

Les prémix contiennent autant d'alcool que la bière, même s'ils sont mélangés à des sodas. Le goût de l'alcool est masqué par le goût sucré de la boisson. Tu risques dès lors de boire trop sans t'en rendre compte.

Q21 : Jessica se rend à une fête où elle espère rencontrer un garçon. Si elle boit beaucoup d'alcool, que va-t-il plus que probablement se produire? Choisis une réponse :

- A. Elle deviendra agressive.
- B. Elle aura des nausées.**
- C. Elle sera particulièrement attrayante et sortira avec bon nombre de garçons.
- D. Elle tombera pendant qu'elle dansera.**

Une personne peut être + courageuse ou avoir + confiance en elle pour draguer. Mais lorsqu'on établit des contacts avec autrui, il est important d'interpréter convenablement les réactions de l'autre et de noter ses émotions. L'alcool influant sur nos émotions et nos pensées, il se peut que nous agissions trop rapidement ou que nous blessions quelqu'un. Autre chose importante : l'odeur prononcée que tu dégages, les nausées et les chutes, lorsque tu bois beaucoup! Ceci n'est pas toujours très attrayant.

QUESTIONS SUR LE CANNABIS

Q22: Quels sont les signes très probables d'une accoutumance à l'égard du cannabis?

- A. Des yeux rouges
- B. Un mauvais sommeil
- C. Avoir constamment besoin de cannabis pour se sentir bien**

Tu peux devenir dépendant du cannabis. Les conséquences de la dépendance psychique renvoient à toute une série de domaines de ta vie. Les yeux rouges renvoient à une consommation de cannabis, mais pas forcément systématiquement à une accoutumance.

Q23 : Quelle affirmation est correcte?

- A. Il est moins dangereux de fumer un joint qu'une cigarette.
- B. Les joints et cigarettes vont souvent de pair.
- C. Fumer un joint est plus nocif que de fumer une cigarette.**

Fumer du cannabis n'est pas moins nocif que fumer des cigarettes. Etant donné que la fumée du cannabis (mélangé au tabac) est généralement inhalée plus profondément et conservée plus longtemps au niveau des poumons que la fumée de cigarettes, le mal causé par un joint est comparable au mal provoqué par 3 à 5 cigarettes. Le plus souvent toutefois, ceux qui fument du cannabis, fument aussi des cigarettes, aggravant ainsi les effets nocifs sur la santé.

Q24 : Tim dit "Rien ne va aujourd'hui. Peut-être qu'avec un joint..?" Quelle est la personne qui donne le bon conseil à Tim?

- A. Mattieu: oh oui, certainement!! Tu oublieras tout!
- B. Benjamin : mais que dis-tu!? Cela ne fera qu'empirer les choses : tu te sentiras encore plus mal!**
- C. Audrey : et si tu buvais un verre?

Le cannabis ne va pas changer ton humeur lorsque tu ne te sens pas bien car le cannabis amplifie les émotions et ne transforme pas les émotions négatives en émotions positives. Le cannabis ne peut que te faire oublier tes problèmes pendant quelques heures, mais pas les résoudre.

Q25 : Parmi les affirmations suivantes, une seule est correcte. Laquelle?

- A. Il est plus facile d'être en compagnie de personnes fumant du cannabis.
- B. Les personnes fumant du cannabis sont libres et sereines.
- C. Il est plus difficile d'établir des contacts avec des personnes fumant du cannabis**

Si un groupe estime que consommer du cannabis est un "must", peut-être ne seras-tu accepté que si tu en consommes. Mais la question se pose alors de savoir si cela vaut la peine de faire partie d'un groupe au sein duquel tu dois être dans un état euphorique pour te sentir bien. De plus, avec le cannabis, tu es centré sur toi-même et n'es pas tellement intéressé par les autres, ce qui n'est pas très intéressant pour les personnes qui veulent avoir des contacts avec autrui.

Q26 : Ton meilleur ami ne se sent pas bien, et semble avoir des hallucinations. Tu sais qu'il a mangé un gâteau au cannabis (space cake). Qu'est-ce qui lui est très probablement arrivé?

- A. Il a été intoxiqué par le cannabis et a besoin d'une aide urgente.**
- B. Les œufs du gâteau n'étaient probablement pas frais.

Il est plus nocif de manger du cannabis que d'en fumer : effets + prononcés, même s'ils apparaissent après un certain temps (environ une heure). La consommation par voie orale provoque souvent des hallucinations.

Q27 : Sarah constate qu'à la fin d'une soirée, son petit ami est différent : il est distant, désintéressé, ses yeux sont rouges et sa conversation est confuse. Quelle en est l'explication la plus probable?

- A. Il a peut-être fumé du cannabis.**
- B. Il a peut-être rencontré une autre fille.
- c. Il a peut-être appris de mauvaises nouvelles.
- D. Il a peut-être raté un test à l'école.

On peut douter de l'aspect séducteur du cannabis. Tout d'abord, tes yeux deviennent rouges et tes paupières sont souvent gonflées, même le lendemain, ce qui ne te rend pas très séduisant. En outre, tu dis souvent des choses insensées ou tu es centré sur toi-même. Tu communique moins bien avec les autres quand tu es dans cet état et tu dragues, dès lors, sans doute moins bien.

Q28 : Quelle affirmation concernant le cannabis est correcte ?

- A. Le fait de fumer du cannabis est lié à un mode de vie instable.
- B. Le cannabis est un produit biologique et écologique.
- C. La consommation de cannabis correspond aux valeurs et normes anticonsuméristes.

Aucune des réponses n'est correcte. Il n'y a pas d'étiquettes concernant la consommation de cannabis. Ces déclarations peuvent être des messages de marketing de l'industrie du cannabis et des idées reçues et véhiculées par la société. Le cannabis est loin d'être écologique (sa production consomme beaucoup)!

Q29: Fumer du cannabis est une façon de consommer qui ne comporte pas de risque, vrai ou faux ?

A. Vrai **B. Faux**

Affirmer que fumer du cannabis ne comporte pas de risque est un mythe social ou un malentendu. Comme dans le cas de l'alcool, 10% des consommateurs de cannabis deviennent de gros consommateurs avec un usage problématique ou une accoutumance. Certains, vulnérables à des troubles psychologiques, peuvent entrer dans un état de folie en consommant du cannabis (ou autres substances illégales). On ne peut donc en conclure que c'est « sans risque ».

Q30 : Le cannabis est-il associé au style de vie moderne de personnes réputées, gagnant bien leur vie ?

A. Oui **B. Non**

Les consommateurs réguliers et permanents de cannabis ont, en moyenne, un revenu inférieur et plus de difficultés à avoir un emploi. Ceci est aussi une réalité au niveau de l'école : les grands fumeurs réguliers de cannabis réussissent moins bien. Une raison en est peut-être qu'une des conséquences à long terme de la consommation de cannabis sur le cerveau est une diminution de l'aptitude à résoudre des problèmes complexes.

Q31: Comment répondre si quelqu'un te propose du cannabis?

A. Il est fort probable que je n'en apprécierai pas l'effet.
B. Il est fort probable que l'effet ne répondra pas à mes attentes.
C. Il est fort probable que je n'en ressentirai aucun effet.
D. Ta réponse

Toutes les réponses sont correctes. Les effets positifs du cannabis sont fort exagérés par la société. La réalité est que la réponse C « *je n'en ressens aucun effet* » est vraie pour la plupart des gens. L'effet perçu dépend de tellement de facteurs personnels que les effets annoncés ne représentent évidemment que de rares scénarios. Les conséquences négatives, invisibles et non ressenties par le consommateur, sont néanmoins bel et bien présentes !

QUESTIONS SUR LA COCAÏNE

Q32: Une seule affirmation est correcte. Laquelle ?

A. Consommer de la cocaïne aide à perdre du poids.
B. Consommer de la cocaïne entraîne un gain de poids.
C. Consommer de la cocaïne n'affectera probablement pas ton poids.

Tu ne perdras pas de poids en consommant de la cocaïne. Elle a simplement comme effet de supprimer la sensation de faim pendant la période d'extase. Mais du coup, tu auras tendance à plus manger ensuite, ce qui entraîne un potentiel gain de poids.

Q33 : Parmi les affirmations suivantes, une seule est correcte. Laquelle ?

A. Prendre de la cocaïne aide à réussir facilement les examens.
B. Prendre de la cocaïne améliore la concentration.
C. Après avoir pris de la cocaïne, il est difficile de contrôler ses pensées.

Il n'est pas possible d'accroître ses performances scolaires en prenant de la cocaïne, car cela engendre une perte de contrôle de ses pensées. De plus, tu as une fausse image de toi sous l'effet de la cocaïne : tu penses savoir mieux, mais ce n'est pas vrai.

Q34 : Que va-t-il très probablement arriver à Tom s'il prend de la cocaïne?

A. Sa conversation sera plus brillante.
B. Il aura un air sexy et élégant.
C. Ses amis entendront de curieux bredouilllements.

La cocaïne ne rend pas quelqu'un plus séduisant. Sous l'effet de la cocaïne, vous pouvez ressentir le besoin de parler et en conclure que vous devenez plus sociable ou plus intéressant. Mais les autres ne perçoivent pas cela comme une conversation intéressante mais plutôt comme des bavardages confus. De plus, la cocaïne provoque souvent une rhinite tenace et de fortes sueurs, ce qui nuit à l'« image sexy » tant recherchée.

Q35 : Quelle affirmation est correcte ?

A. La prise occasionnelle de cocaïne ne crée pas de dépendance.
B. La prise de cocaïne améliore les performances scolaires.
C. Après avoir pris de la cocaïne, tu te sens fort et serein pendant un certain temps.
D. Aucune de ces affirmations n'est correcte.

Tu peux devenir dépendant de la cocaïne, notamment parce que tu te sens si mal après l'état d'euphorie que tu souhaites en reprendre immédiatement pour te sentir à nouveau plus fort(e) et plus affirmé(e).

Q36 : Quelle affirmation n'est pas correcte ?

A. Après avoir pris de la cocaïne, tu te sens agressif.
B. La cocaïne soulage les maux de tête.
C. Après avoir pris de la cocaïne, tu es plus enclin à faire des choses risquées, par exemple conduire très vite.

La cocaïne provoque très rapidement une sensation d'euphorie intense (se sent très éveillé, plein d'énergie et agité, besoin de bouger). Les pensées se bousculent et parfois le consommateur parle beaucoup et dit des choses insensées. Il se sent très sûr de lui, prêt à prendre des risques et peut devenir maladroit et agressif. Il risque aussi de sous-estimer le danger réel. Pendant une extase provoquée par de la cocaïne, tu ne ressens pas la faim, la soif ou la fatigue. Lorsque l'effet de la cocaïne s'est estompé (après approximativement une heure), tu te sens, pendant un certain temps, triste, tendu ou anxieux, et ressens le besoin urgent de reprendre immédiatement de la cocaïne.

QUESTIONS SUR L'ECSTASY & AMPHET'

Q37 : Samantha est déçue car son petit ami n'apparaît pas à une soirée. Elle décide de prendre un comprimé d'ecstasy. Que va-t-il très probablement se produire?

A. Elle oubliera son ami pendant un certain temps mais se comportera d'une façon qu'elle regrettera le lendemain.
B. Elle deviendra tellement brillante qu'elle sera la reine de la fête.
C. Elle toussera toute la nuit.

Tout sentiment engendré artificiellement comporte des risques: il est dangereux de jouer avec le corps et l'esprit en essayant de créer artificiellement un état émotionnel inconnu auparavant. En outre, ce sentiment de bonheur ne dure qu'un petit temps. Après quelques heures, le consommateur se sent généralement minable: épuisé et triste pendant des heures et souvent légèrement déprimé pendant quelques jours.

Q38 : Quel effet pourrais-tu ressentir avec de l'ecstasy ?

A. Tu perds le contrôle de toi-même ainsi que tout contact avec autrui.

B. Tu as un contact plus profond et plus intense avec ceux qui t'entourent.

C. Tu es tranquille et serein.

Les substances consommées lors de soirées te font percevoir ton comportement autrement qu'il ne l'est dans la réalité.

Q39 : Tu ne peux pas t'accoutumer à l'ecstasy ou aux amphétamines si tu n'en consommes que le week-end. Vrai ou faux ?

A. Vrai **B. Faux**

Tu peux devenir dépendant des substances consommées lors de soirées. Lorsque tu en consommes souvent, les effets souhaités (se sentir bien et en forme) s'atténuent au fil du temps. Accroître la dose ne réduit pas la fatigue ou la tristesse.

QUESTIONS SUR L'HÉROÏNE

Q40 : Quelle affirmation concernant l'héroïne est correcte ?

A. L'accoutumance à l'héroïne apparaît très vite.

B. L'accoutumance à l'héroïne apparaît sur plusieurs années.

C. L'accoutumance à l'héroïne n'apparaît que chez les personnes qui ont déjà des problèmes psychologiques.

L'héroïne est une drogue qui crée une forte dépendance physique et psychique. Cela veut dire que tu te sens mal sans héroïne (des maux dans le corps, insomnies, nervosité, agitation, faiblesse) et ressens un besoin pressant d'en consommer à nouveau. Les personnes dépendantes de l'héroïne sont généralement incapables de faire attention ou s'intéresser à autre chose qu'à ça.

Q41 : Nicolas a dit à Emilie de sniffer de l'héroïne plutôt que de l'injecter car c'est moins dangereux pour la santé. Emilie peut-elle lui faire confiance ? Choisis la réponse correcte.

A. Oui

B. Non

C. Oui, mais uniquement si elle a une infection.

Il n'est pas moins dangereux de sniffer ou fumer de l'héroïne. Que tu fumes, sniffes ou t'injectes de l'héroïne, tu mets ta santé mentale et physique en danger. Consommée régulièrement, l'héroïne engendre une accoutumance et tu t'exposes à de grands risques en essayant cette substance.

Q42 : Parmi les affirmations suivantes, deux ne sont pas correctes. Lesquelles ?

A. La consommation d'héroïne te rend euphorique.

B. La consommation d'héroïne te rend triste.

C. Tu ne peux prévoir tes réactions après avoir consommé de l'héroïne.

D. Tu deviens plus volubile après avoir consommé de l'héroïne.

L'héroïne apaise les émotions et les réactions (ralentissement de la parole et de la pensée). Les consommateurs d'héroïne s'isolent et ne s'intéressent pas énormément aux autres ou à autre chose.

QUESTIONS DE L'INFO / INTOX

Qu'est-ce qu'une drogue ? [plusieurs réponses sont possibles]

o Une substance psychoactive

o Une substance illégale

o Une substance festive

o Une substance qui provoque des hallucinations

Quelle affirmation est vraie vis-à-vis du cannabis ?

o Ses effets sont plus forts quand on le mange que quand on le fume.

o On est plus concentré sous cannabis

o Le cannabis est utile à la mémoire

o Le cannabis facilite le sommeil

Un(e) de mes ami(e)s a l'air mal en soirée... Qu'est-ce que je fais [quelle est la meilleure réaction] ?

o Je lui fais boire un café ou lui donne un bonbon à la menthe bien frais

o Je le mets sous la douche

o Je le prends en photo avec Snapchat

o Je le mets en PLS et appelle les pompiers

Quelle affirmation est vraie vis-à-vis de l'alcool ?

o L'alcool réchauffe

o L'alcool désaltère

o L'alcool fait grossir

o L'alcool c'est de l'eau

Quand est-ce qu'on devient accro à un produit ?

o Ca dépend du produit

o Ca dépend de la personne qui consomme

o Ca dépend du contexte

Le cannabis c'est naturel donc ce n'est pas dangereux.

o VRAI

o FAUX

Consommation & Grossesse : quelle(s) affirmation(s) est vraie ?

o Le cannabis et le tabac nuisent à la fertilité (= possibilité de concevoir des enfants)

o Consommer une substance pendant une grossesse a un impact sur le développement du fœtus

o Quand on est enceinte et que l'on boit de l'alcool, celui-ci va dans le sang du bébé

Chicha & Cigarette électronique : quelle affirmation est vraie ?

o Il y a l'équivalent d'une dizaine de cigarettes dans une chicha

o La fumée de la chicha contient des substances aussi néfastes que celles d'une cigarette

o On ne peut pas devenir dépendant de la cigarette électronique

Pour quels produits a-t-on une notion de manque ?

o Le cannabis

o Le tabac

o L'alcool

o Le vinaigre

Que signifie CJC ?

o Le Club des Jeunes en Caleçon

o La Communauté des Jeunes sous Cannabis

o Les Consultations Jeunes Consommateurs

o Le Collectif Jeunes Charpentiers

RÉFÉRENCES

1. Cuijpers P (2002a). Effective ingredients of school-based drug prevention programmes. A systematic review. *Addictive Behaviors* 27: 1009-1023.

Cuijpers P (2002b). Peer-led and adult-led school drug prevention : a meta-analytic comparison. *Drug Education* 32: 107-119.

Cuijpers P (2003). Three decades of drug prevention research. *Drugs: Education Prevention Policy* 10: 7-20.

2. Evans RI, Rozelle RM, Mittelmark M, Hansen WB, Bane AL, Havis J (1978). Deterring the onset of smoking in children: knowledge on immediate psychological effects and coping with peer pressure, media pressure, and parents modelling. *Journal of Applied Social Psychology* 8: 126-135.

McAlister AL, Perry C, Killen J, Slinkard LA and Maccoby N (1980). Pilot study of smoking, alcohol and drug abuse prevention. *American Journal of Public Health* 70: 719-721.

Perry CL, Killen J, Telch M, Slinkard LA and Danaher BG (1980). Modifying smoking behavior of teenagers: a school based intervention. *American Journal of Public Health* 70: 722-725.

3. Hansen WB. (1992). School-based substance abuse prevention: a review of the estate of the art in curriculum, 1980 - 1990.

Tobler N, Stratton H. (1997) Effectiveness of School-based Drug Prevention Programs: A Meta-Analysis of the Research. *J Prim Prev* 1997;18(1):71-128.

Tobler NS, Roona MR, Ochshorn P, Marshall DG, Streke AV, Stackpole KM. School-Based Adolescent Drug Prevention Programs: 1998 Meta-Analysis. *J Prim Prev* 2000 ; 20(4):275-335.

4. Durlak JA (1997). Successful prevention programs for children and adolescents. *Issues in Clinical Child Psychology*. New York: Plenum.

5. Présentation CSA http://www.lemonde.fr/mmpub/edt/doc/20141211/4539179_7baf_presentation_csa_colloque_9_decembre_2014.pdf

6. Définition des addictions, selon le DSM V : <http://www.addictauvergne.fr/addictauvergne/wp-content/uploads/2014/02/Crite%CC%80res-addiction-DSM5.pdf>

7. Références sur les substances :

www.drogues-info-service.fr

www.alcool-info-service.fr

www.tabac-info-service.fr

www.ofdt.fr

Le programme Unplugged (programme européen de prévention)