

## PLAN DE LEÇON

# LA VENTE DE TABAC

Cette leçon fait partie de [\*Utiliser, comprendre et mobiliser : Un cadre de littératie média numérique pour les écoles canadiennes.\*](#)



**ANNÉES SCOLAIRE :** 7<sup>e</sup> à 10<sup>e</sup> année

**A PROPOS DE L'AUTEUR :** La présente leçon a été adaptée à partir du programme *Smoke-Free for Life* (une vie sans fumée), un supplément au programme de prévention du tabagisme élaboré par l'unité de lutte contre la toxicomanie et le tabagisme du ministère de la Santé de la Nouvelle-Écosse.

## Aperçu

Dans cette leçon, les élèves examineront la façon dont les fabricants de tabac présentent (cadre) leurs produits de différentes manières selon les publics visés.

recherche du profit par l'industrie du tabac influence directement la manière dont elle présente ses produits;

- les médias ont des implications sociales et politiques : la manière dont un sujet est présenté (p. ex. « liberté individuelle » contre « santé collective ») peut déterminer les lois et les normes sociales;
- les publics négocient le sens : le public peut utiliser des outils critiques pour « déconstruire » le cadre présenté par l'industrie.

## Objectifs d'apprentissage

Grandes idées et concepts clés –  
Les élèves comprendront que :

- les médias sont des constructions : les médias « cadrent » les enjeux par le biais des éléments qu'ils incluent, excluent, soulignent et minimisent;
- les médias ont des implications commerciales : la

Certaines idées fausses courantes doivent être corrigées, notamment celle voulant que la plupart des gens consomment des produits du tabac sans fumée pour arrêter de fumer.

*Connaissances essentielles* – Les élèves apprendront :

- à lire les médias : ils examineront les techniques de cadrage en analysant spécifiquement les informations qui sont incluses dans le cadre, celles qui sont substantiellement omises et celles mises de l'avant pour attirer l'attention;
- la mobilisation communautaire : ils verront comment le cadrage d'un enjeu ou d'un sujet influence la manière dont nous l'abordons en tant que société;
- la sensibilisation des consommateurs : ils verront comment le cadrage d'un produit influence la manière dont nous le percevons;

- la santé face aux médias : ils examineront les différentes manières dont les fabricants de tabac présentent (cadre) leurs produits pour différents publics.

Vocabulaire clé : Cadrage, méthode de l'équipe rouge

*Compétences essentielles* : Les élèves seront capables :

- de comprendre : ils pourront analyser les messages de l'industrie du tabac et cerner les répercussions de leur cadre;
- de s'engager : ils discuteront des moyens les plus appropriés pour présenter (cadre) les produits pouvant créer une dépendance dans leur communauté.

## Préparation et matériel

Préparez la projection de la vidéo [Lire les médias : Le cadrage](#).

Préparez la projection ou la distribution du document *Étiquettes d'avertissement sur les cigarettes*.

Préparez la projection du site Web <http://www.unsmoke.ca/fr/> sur un projecteur ou un tableau blanc, ou montrez le diaporama intitulé [Sans fumée](#).

Préparez la distribution du document *Cadrage du tabagisme*.

Préparez la distribution de la feuille de travail *Cadrage du tabagisme selon la méthode de l'équipe rouge*.

Passez en revue l'article de HabiloMédias sur les publicités intitulé [Tabac, alcool et cannabis](#).

## Procédure

### CADRAGE DES ÉTIQUETTES

Commencez par montrer aux élèves la vidéo [Lire les médias : Le cadrage](#).

Projetez ou distribuez ensuite le document *Étiquettes d'avertissement sur les cigarettes* et posez les questions suivantes aux élèves.

- En quoi ces avertissements sont-ils *présentés* (cadre) de manière différente?

- *Comment* sont-ils présentés (cadre) de cette manière?

Une fois que les élèves ont discuté de ces questions pendant quelques instants, dites-leur que vous allez maintenant réfléchir à voix haute à la manière dont les deux premiers avertissements sont présentés (cadre).

Le premier avertissement explique que les cigarettes créent une dépendance et montre la mesure dans laquelle elles peuvent affecter votre peau et vos dents. Seule une personne qui fume apparaît dans le « cadre ».

Le deuxième avertissement explique que le tabagisme augmente le risque d'accident vasculaire cérébral et qu'il peut entraîner un sentiment d'« impuissance ». Une personne en fauteuil roulant et une autre personne qui l'aide apparaissent dans le cadre, ainsi qu'une salle de bain en arrière-plan. Lorsque je combine le texte et l'image, j'ai l'impression que la personne est en fauteuil roulant parce qu'elle a eu un accident vasculaire cérébral en raison de sa consommation de tabac et qu'elle a désormais besoin d'aide pour aller aux toilettes.

Les personnes représentées dans les deux avertissements sont jeunes. J'estime donc que ces messages s'adressent aux jeunes.

Les deux avertissements traitent de la façon dont le tabagisme peut vous affecter : ils utilisent tous les deux le mot « vous ». Je dirais donc qu'ils sont formulés sous l'angle des dommages que le tabagisme peut entraîner sur la santé individuelle.

Demandez maintenant aux élèves en quoi les deux autres avertissements sont présentés (cadre) différemment.

Posez-leur les questions suivantes.

- Qui voyons-nous dans l'image? Que ne voyons-nous pas?
  - Contrairement aux deux autres avertissements, nous ne voyons « le fumeur » dans aucun de ces deux avertissements.
- Contre quels dangers sommes-nous mis en garde?
- À qui ces avertissements s'adressent-ils? Quels éléments vous le font penser?
- Quel type de danger ou de problème de santé ces avertissements nous présentent-ils?
  - Soulignez les expressions « plus que vous » et « tout le monde ».

Assurez-vous que les élèves comprennent que ces avertissements sont formulés sous l'angle de la *santé collective*.

Posez-leur maintenant les questions suivantes.

- Quelles sont les *répercussions* ou les *conséquences* de ces deux différentes façons de présenter (cadre) l'avertissement sur le tabagisme? En d'autres termes, comment notre approche du tabagisme pourrait-elle être différente si le problème était présenté comme un problème de *santé personnelle* ou encore de *santé collective*?

Une fois que les élèves ont discuté de la question pendant quelques minutes, expliquez-leur que les gouvernements, tant que le tabagisme était considéré comme un risque pour la santé *individuelle*, ne pouvaient rien faire d'autre que de mettre en garde la population contre ce risque et de veiller à ce que les enfants ne puissent pas acheter de produits du tabac.

Dans les années 1980, la perspective (cadre) a changé pour considérer la « fumée secondaire » (fumée expirée par le fumeur) comme un *risque collectif* pour la santé des autres. Ce changement de perspective a permis aux gouvernements de réglementer les lieux et les moments où les gens pouvaient fumer, ce qui explique pourquoi nous avons aujourd'hui des règles interdisant de fumer dans les lieux publics.

Les avertissements figurant sur les produits du tabac utilisent à la fois des perspectives individuelles et collectives (cadres) puisque nos « perspectives individuelles » comme public signifient que chacun d'entre nous peut être plus sensible à l'une ou à l'autre.

### **CADRAGE DU TABAGISME SELON LA MÉTHODE DE L'ÉQUIPE ROUGE**

Projetez maintenant le site Web [www.unsmoke.ca/fr/](http://www.unsmoke.ca/fr/) (ou montrez le diaporama *Sans fumée*).

Montrez l'en-tête du site Web et le texte en haut de la page (ou les diapositives 1 et 2) et posez les questions suivantes aux élèves.

- Quel est le message littéral ou explicite du site Web? Quels éléments vous le font penser?
- Quels faits concernant les produits du tabac sans fumée y sont mentionnés?

- Quels éléments ne sont pas mentionnés au sujet des produits du tabac sans fumée et qui pourraient y être inclus?
  - Suggestion : Est-il mentionné quelque part que les gens pourraient utiliser des produits du tabac sans fumée pour d'autres raisons que celle d'arrêter de fumer?
- À votre avis, qui est à l'origine de ce site Web? Quels éléments vous le font penser?

Faites défiler la page jusqu'à la section intitulée « Le monde change : il est temps de changer aussi » (ou montrez la diapositive 3) et posez les questions suivantes aux élèves.

- À votre avis, à qui s'adresse ce site Web? Quels éléments vous le font penser?
- À votre avis, quel est son objectif? Quels éléments vous le font penser?

Faites maintenant défiler la page jusqu'en bas (ou restez sur la diapositive 3) et posez les questions suivantes aux élèves.

- Savez-vous qui est Rothmans, Benson & Hedges? (Assurez-vous que les élèves savent qu'il s'agit d'un fabricant de tabac.)
- Comment pourriez-vous découvrir qui est à l'origine du site Web si rien n'était indiqué à ce sujet au bas de la page?
  - Ouvrez Google ou DuckDuckGo dans un nouvel onglet et recherchez les mots « unsmoke » (sans fumée) et « website » (site Web) -[www.unsmoke.ca](http://www.unsmoke.ca) (ou montrez la diapositive 4). Soulignez que les deux premiers résultats concernent Philip Morris International. Si vous cherchez ce nom, vous verrez qu'il s'agit du fabricant de tabac propriétaire de Rothmans, Benson & Hedges.

Posez maintenant les questions suivantes.

- Comment le site Web présente-t-il (cadre) l'utilisation des produits du tabac sans fumée?
  - Assurez-vous que les élèves comprennent que le site Web les présente (cadre) uniquement dans le cadre du sevrage tabagique.
- Quelles sont certaines des *conséquences* ou des *répercussions* de présenter (cadre) les vapoteuses et les autres produits du tabac non fumables de cette manière?

Après quelques minutes de discussion, expliquez aux élèves qu'ils vont faire un exercice en appliquant la « méthode de l'équipe rouge ». Une « équipe rouge » est un groupe au sein d'une entreprise, d'un gouvernement ou d'une autre organisation dont le travail consiste à estimer ce qui pourrait mal tourner.

Demandez aux élèves de réfléchir à tous *les problèmes, les risques ou les inconvénients* possibles liés à la présentation des produits du tabac sans fumée comme un moyen d'arrêter de fumer. Demandez-leur de le faire sous forme de remue-méninges, c'est-à-dire en notant le plus rapidement possible toutes les idées qui leur viennent à l'esprit plutôt que de développer chacune de ces idées.

Après quelques minutes, offrez aux élèves les nouvelles informations suivantes.

- Moins de 1 personne sur 10 (8 %) ayant essayé d'arrêter de fumer à l'aide de sachets de nicotine a réussi. Seule 1 personne sur 6 environ (14 %) ayant essayé d'arrêter de fumer à l'aide de vapoteuses a réussi.

Demandez aux élèves de réfléchir encore quelques minutes à la lumière de ces nouvelles informations.

### **CADRAGE DU TABAGISME**

Distribuez maintenant les documents *Cadrage du tabagisme* et *Publicités sur les produits du tabac sans fumée*.

Chaque élève devrait recevoir une copie du document *Cadrage du tabagisme*, mais seulement *un* des quatre documents *Publicités sur les produits du tabac sans fumée*.

Demandez aux élèves de réfléchir à la manière dont chacune des publicités présente (cadre) la consommation de produits du tabac sans fumée.

De quelle façon chaque publicité présente-t-elle (cadre) la consommation de produits du tabac sans fumée? (Rappelez aux élèves que le site Web la présente comme un moyen d'arrêter de fumer.)

*De quelle façon* la publicité présente-t-elle la question? (Posez les questions suivantes aux élèves : Que voyons-nous dans les publicités? Que dit le texte? Qui apparaît dans les publicités et qui n'y apparaît pas?)

Que font les personnes dans les publicités? Quels messages, couleurs ou images voyons-nous dans les publicités?

Quelles pourraient être les conséquences ou les répercussions de cette présentation (cadre)? (Rappelez aux élèves l'exercice de l'équipe rouge qu'ils viennent de faire.)

(Vous pouvez demander aux élèves de travailler individuellement, en binôme ou en petits groupes.)

Lorsque les élèves ont terminé, demandez-leur de partager leur analyse de chaque publicité.

Ensuite, posez-leur les questions suivantes.

- Qui est le public cible de ces publicités? Comment le savez-vous?
- Ces publicités présentaient-elles (cadre) les produits du tabac sans fumée comme un moyen d'arrêter de fumer?
- Pourquoi l'entreprise pourrait-elle vouloir utiliser un cadre différent lorsque le public est constitué de représentants du gouvernement ou de décideurs politiques, ou de personnes susceptibles de les influencer (site Web) par rapport à un public composé de jeunes?

### **ÉVALUATION : CADRAGE DU TABAGISME SELON LA MÉTHODE DE L'ÉQUIPE ROUGE**

Divisez le grand groupe d'élèves en binômes ou en petits groupes. Dites-leur qu'ils vont travailler ensemble pour trouver le cadrage le plus approprié pour l'usage de produits du tabac sans fumée.

Expliquez que chaque groupe choisira deux cadres possibles.

Distribuez la feuille de travail *Cadrage du tabagisme selon la méthode de l'équipe rouge* et parcourez-le avec les élèves.

Rappelez aux élèves les cadres qu'ils ont relevés jusqu'à présent : « les produits du tabac sans fumée comme moyen d'arrêter de fumer » sur le site Web [www.unsmoke.ca/fr/](http://www.unsmoke.ca/fr/) et d'autres cadres qu'ils ont pu relever dans les publicités, comme « les produits du tabac sans fumée comme source d'énergie » et « les produits du tabac sans fumée comme source de liberté ».

Donnez aux élèves le temps de choisir leur cadre et de faire un premier

remue-méninge. Assurez vous qu'ils alternent les rôles pour prendre des notes tour à tour.

Une fois qu'ils ont réfléchi pendant un certain temps, partagez les faits suivants avec eux.

- Le sevrage tabagique est la raison la moins courante invoquée par les adolescents pour utiliser des sachets de nicotine.
- Les trois quarts des personnes qui vapotent, et 90 % des adolescents qui vapotent, n'ont jamais fumé la cigarette.
- Les adolescents qui vapotent sont trois fois plus susceptibles de *commencer* à fumer que ceux qui ne vapotent pas.

Donnez-leur encore environ cinq minutes pour poursuivre leur remue-méninge.

Demandez-leur de préciser leur « décision d'analyse » par écrit et de la soumettre en même temps que les étapes de leur processus.

Si vous avez le temps, demandez aux groupes de partager leur décision d'analyse, puis demandez leur d'essayer de trouver un consensus sur la meilleure façon de présenter les produits du tabac sans fumée.

Demandez aux élèves de rédiger leur réflexion et de vous la soumettre avant de quitter la classe ou à leur arrivée le lendemain.

## CONSOLIDATION

Quelques jours après la leçon, projetez ou écrivez le titre suivant sur le tableau.

*Malgré les dangers, les jeunes consomment des sachets de nicotine. Les experts affirment avoir une impression de déjà-vu. (Source : CBC News, 30 mars 2024)*

Demandez aux élèves de réfléchir par écrit pendant cinq minutes aux questions suivantes, puis discutez en brièvement avec eux.

*De quelle façon la publicité présente-t-elle (cadre) l'usage de produits du tabac sans fumée?*

*Quels sont les répercussions ou les effets de ce cadre?*

*Estimez-vous que ce cadre est approprié? Pourquoi ou pourquoi pas?*

# LA VENTE DE TABAC



## Étiquettes d'avertissement sur les cigarettes

.....

**AVERTISSEMENT**

### Vous fumez? Ça se voit.

La cigarette cause une forte dépendance et nuit à la santé.

**Vous avez la volonté.  
Nous pouvons vous aider.**

➤ 1 866 JARRETE (1 866 527-7383)  
[vivezsansfume.gc.ca/abandon](http://vivezsansfume.gc.ca/abandon)

Santé Canada

The advertisement features a woman's face with red boxes highlighting areas of skin damage: wrinkles on her forehead, sunken eyes, and a mouth full of black, charred teeth. She is holding a lit cigarette in her hand.

**AVERTISSEMENT**

### Un seul AVC peut vous priver de votre autonomie.

La cigarette est une cause majeure des accidents vasculaires cérébraux (AVC).

**Vous pouvez arrêter.  
Nous pouvons vous aider.**

➤ 1 866 JARRETE (1 866 527-7383)  
[vivezsansfume.gc.ca/abandon](http://vivezsansfume.gc.ca/abandon)

Santé Canada

The advertisement shows a man in a white tank top sitting in a wheelchair, looking down with a somber expression. A caregiver in a green uniform is leaning over him, providing assistance in a bathroom setting.



## AVERTISSEMENT

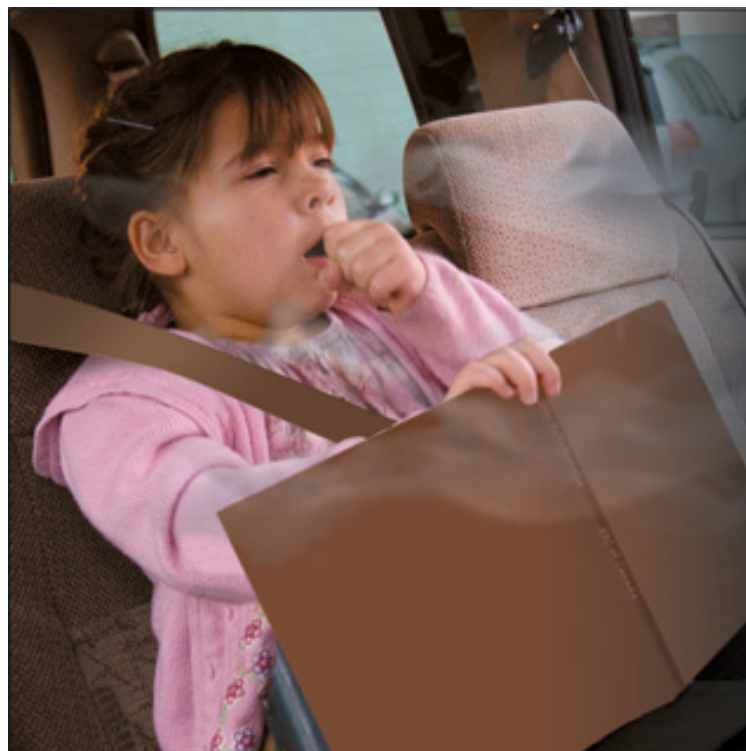
### La fumée du tabac n'épargne personne.

Un bébé exposé à la fumée du tabac court plus de risques de succomber au syndrome de la mort subite du nourrisson (SMSN).

Libérez-vous enfin du tabac.

 1 866 JARRETE (1 866 527-7383)  
[vivezsansfume.gc.ca/abandon](http://vivezsansfume.gc.ca/abandon)

Santé Canada




## AVERTISSEMENT

### Fumer dans l'auto nuit à tous.

Même lorsque les fenêtres sont ouvertes, les passagers sont exposés à plus de 70 substances cancérigènes présentes dans la fumée du tabac.

**Vous avez la volonté.  
Nous pouvons vous aider.**

 1 866 JARRETE (1 866 527-7383)  
[vivezsansfume.gc.ca/abandon](http://vivezsansfume.gc.ca/abandon)

Santé Canada



## Cadrage du tabagisme

.....

L'attribution d'un « cadre » consiste à déterminer les éléments que les créateurs ont choisi d'inclure et d'omettre, et ceux qu'ils ont choisi de mettre en relief et de minimiser.

### 1. Inclusion et exclusion

- *Posez-vous la question suivante* : Quels éléments sont inclus dans la publicité? (Examinez le texte, les personnes, les arrière-plans, les objets, les formes, les couleurs, etc.)
- *Posez-vous la question suivante* : Quels éléments omis auraient dû être inclus?

### 2. Point focal

- *Posez-vous la question suivante* : Qu'est-ce qui attire votre attention? Qu'est ce qui détourne votre attention? Quel élément est facile à remarquer et lequel est facile à ignorer? (Examinez les couleurs, les contrastes, les angles de caméra, les premiers plans, les arrière-plans, etc.)

### 3. Impact

- *Posez-vous la question suivante* : Dans quelle mesure les éléments que vous avez remarqués influencent-ils votre perception des personnes ou des objets présents dans la publicité? Dans quelle mesure influencent-ils votre opinion ou perception du produit?

### 4. Cadre

- *Posez-vous la question suivante* : De quelle façon la publicité présente-t-elle (cadre) le produit? Selon la publicité, que pouvez-vous tirer de ce produit?

### 5. Conséquences ou répercussions

- *Posez-vous la question suivante* : Quel pourrait être le résultat d'un tel cadrage du produit? Le produit sera-t-il plus ou moins attrayant pour certaines personnes? Ce cadre nous amènera-t-il à considérer le produit comme plus ou moins sain ou dangereux?



## Cadrage du tabagisme selon la méthode de l'équipe rouge

.....

Votre travail consiste à trouver une manière de présenter (cadre) les vapoteuses ou les sachets de nicotine, à relever tous les problèmes potentiels, et à déterminer si ce cadre est une représentation honnête du produit ou un piège.

### ÉTAPE 1 : PROPOSITION DE CADRES

Réfléchissez à une manière possible de présenter (cadre) l'usage de produits du tabac sans fumée. Il peut s'agir de cadres que nous avons étudiés en classe ou d'un autre cadre qui vous semble plus approprié.

### ÉTAPE 2 : REMUE-MÉNINGES SELON LA MÉTHODE DE L'ÉQUIPE ROUGE

Alternez entre les deux rôles suivants :

1. le lanceur d'idées, qui réfléchit le plus rapidement possible à tous les défauts, les conséquences ou les risques possibles de ce cadre;
2. le preneur de notes, qui note les réflexions du lanceur d'idées.

Réfléchissez aux questions suivantes.

- Quel est l'objectif des produits du tabac sans fumée?
- Que pouvez-vous en retirer selon la publicité?
- Quel pourrait être le résultat de la présentation (cadre) du produit de cette manière?
  - Ce cadre rendra-t-il le produit plus ou moins attrayant pour certaines personnes?
  - Ce cadre nous amènera-t-il à considérer le produit comme plus ou moins sain ou dangereux?

### ÉTAPE 3 : NOUVELLES INFORMATIONS

Après un moment de remue-méninges, je vous donnerai de nouveaux éléments à prendre en

considération.

Vous disposerez ensuite de quelques minutes supplémentaires pour réfléchir à toute nouvelle préoccupation que soulèvent ces éléments.

### ÉTAPE 4 : DÉCISION D'ANALYSE

Répondez aux questions d'évaluation suivantes pour rendre votre jugement final.

#### 1. Inclusion et exclusion

- Quelles voix sont **privilegiées** dans votre cadre? (Quel point de vue est représenté?)
- Quelles voix sont **excluses**?

#### 2. Bénéfices (À qui bénéficiera ce cadre?)

- Qui fait de l'argent?
- Qui économise de l'argent?
- Quels points de vue ou opinions sont mieux représentés?
- Qui bénéficie d'une santé améliorée ou mieux protégée?

#### 3. Verdict (Le **cadre** est-il **approprié** pour les produits du tabac sans fumée? Pourquoi ou pourquoi pas?)

### ÉTAPE 5 : RÉFLEXION

Complétez les phrases suivantes.

- **Je pensais** que les produits comme les vapoteuses et les sachets de nicotine étaient...
- Mais **maintenant, je crois que...**

# LA VENTE DE TABAC

## Publicités sur les produits du tabac sans fumée

.....



NICO POUCHES

# UNE EXPLOSION DE SAVEUR EN 12MG !

La Double Menthe D'LICE maintenant disponible en dosage Extra Strong !

DliceByKapz

Où vous voulez quand vous voulez !

NOUVEAU 12 MG

DOUBLE MENTHE NICO POUCHES Strong

La nicotine contenue dans ce produit crée une forte dépendance. Son utilisation par les non-fumeurs n'est pas recommandée.

-18



# LA VENTE DE TABAC



## Publicités sur les produits du tabac sans fumée

.....

The advertisement features a runner in a grey hoodie and black leggings running on a paved path. In the foreground, a black bicycle is shown with several white Nicopouches sachets attached to the handlebars. The background is a soft-focus outdoor setting. The text 'NICO POUCHES' is at the top, followed by 'DU 4 AU 17 DÉCEMBRE' and the main headline 'GAGNEZ UN CASQUE OPENRUN PRO AVEC VELO'. A pack of 'ULTRA Ice Alaska' sachets is also visible.

NICO POUCHES

DU 4 AU 17 DÉCEMBRE

**GAGNEZ UN CASQUE  
OPENRUN PRO  
AVEC VELO**

ULTRA Ice Alaska

Sachets de nicotine sans tabac

Ce produit n'est pas sans risque et contient de la nicotine, un additif.

La nicotine contenue dans ce produit crée une forte dépendance.  
Son utilisation par les non-fumeurs n'est pas recommandée.

-18



# LA VENTE DE TABAC

## Publicités sur les produits du tabac sans fumée

.....



NICO POUCHES  
177 LITS FRANÇAIS  
DE NICOTINE POUCHES

DANS L'EFFORT OU LE RÉCONFORT,  
**LES POUCHES,  
C'EST OÙ TU VEUX  
QUAND TU VEUX**

**V&YOU & BOOST  
GRAPE SODA STRONG  
À EMPORTER PARTOUT !**

La nicotine contenue dans ce produit crée une forte dépendance.  
Son utilisation par les non-fumeurs n'est pas recommandée.





# LA VENTE DE TABAC

## Publicités sur les produits du tabac sans fumée

.....



NICO POUCHES

**AVEC STRIPE,  
ÇA ROULE!**

Profitez n'importe où,  
n'importe quand d'une gamme  
à tendance Urban !

HELLO STRIPE  
NOVEMBER 10  
FEDRS

La nicotine contenue dans ce produit crée une forte dépendance.  
Son utilisation par les non-fumeurs n'est pas recommandée.

-18 

