

Ivana OBRADOVIC
Directrice adjointe

Accessibilité de l'alcool

Représentations et motivations d'usage à l'adolescence

Résultats de l'enquête ARAMIS (2014-2017)

L'enquête ARAMIS

Attitudes, **R**éprésentations, **A**spirations et **M**otivations lors de l'**I**nitiation aux **S**ubstances psychoactives

- **Pourquoi une étude qualitative centrée sur les adolescents ?**
 - Un **dispositif d'enquêtes en population générale** satisfaisant
 - Des **besoins de connaissances (représentations, motivations, parcours)** identifiés par l'**expertise collective INSERM** sur les conduites addictives chez les adolescents (2014)

- **Périmètre de l'étude, objectifs et méthode**
 - Analyser les **perceptions** et les déterminants des **trajectoires de consommation**
 - Environ **200 mineurs** interrogés en face-à-face (2014-2017)
 - Focus sur **une génération** (née vers la fin des années 1990)

- **Une génération marquée par de fortes disparités mais avec un point de convergence : intériorisation de la précarité & défiance quant à l'avenir**
- **Importance des référents familiaux**
 - Croyance dans la famille et quête de repères
 - Référence permanente aux antécédents familiaux (intériorisation de la transmission)
- **Omniprésence des produits dans la vie quotidienne et l'espace public, surtout l'alcool (statut particulier)**
- **Vouloir tout essayer : un trait générationnel ?**
 - « Ne pas regretter après » : récurrences thématiques de la tentation (« les drogues et les filles »), de l'hédonisme (« profiter tant qu'on est jeunes ») et du « no future »
 - « Etre dans l'ambiance », « ne rien rater » : la peur de manquer quelque chose (*Fear of missing out*: FOMO)

Contextes d'initiation et représentations

- **Un événement biographique significatif**
- **Les premières fois : une palette d'impressions et de motivations différenciées**
 - Alcool : seul produit psychoactif expérimenté dans le cadre familial, objet d'une double initiation
 - Tabac : épreuve psycho-corporelle, adhésion affective
 - Cannabis : peu de désagréments , voire même « révélation »
- **La hiérarchie subjective des risques associés aux produits**
 - Tabac = mort certaine. Image très dégradée. Historique familial mobilisé.
 - « L'alcool du bonheur ». Minimisation des risques et perception de « degrés d'ivresse »
 - Le cannabis : « plus agréable » la 1^{ère} fois et moins cher que le tabac (meilleur investissement) ; « plus sympa » et presque aussi accessible que le tabac ; herbe vs tabac (bio/chimique, thérapeutique/mortel, etc.) ; risques peu connus.

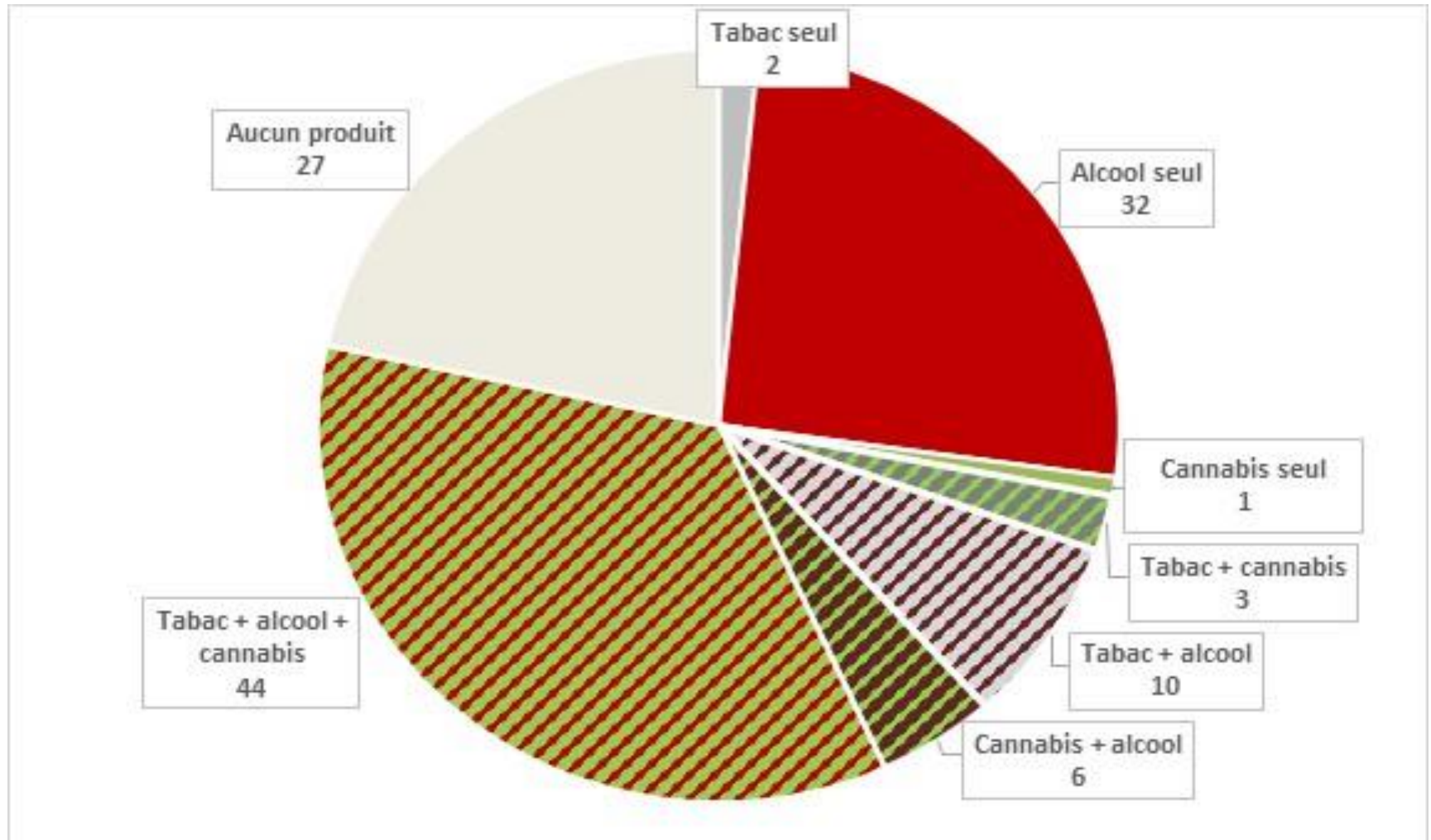
Une place pour les expériences...

- **Toutes les initiations sont déterminées par les logiques de sociabilité**
 - Importance de « l'avoir fait »
 - Conformation sociale (plus distinctif de ne pas avoir essayé)
- **Fétichisation des expériences & intérêt pour les effets dans le contexte particulier de l'adolescence (modifications psychiques : « *ce que ça fait* »)**
 - Hyper-attention aux effets, sur soi et sur les autres (plaisir du décryptage)
 - Crainte et plaisir... mais peu de sentiment de transgression
- **Pour des moments suspendus : respirer, prendre une pause, s'arrêter...**
 - « Se poser »
 - A la recherche de l'apesanteur
 - Génération no sleep ? Forte prévalence de la problématique du sommeil

Représentations de l'alcool comme un produit de consommation courante

- **Hyper-accessibilité et normalisation quasi-généralisée**
 - Une offre omniprésente : la familiarité par l'immersion (dans le cercle familial, l'environnement quotidien, etc.)
 - L'alcool comme source d'emploi et ressource économique
 - Intériorisation du discours sur la « tradition » et le « bien-vivre »
- **Un enjeu de sociabilité et de partage « quasi-obligé »**
 - Fréquence des incitations à « au moins essayer »
 - Sentiment d'injonction et discours défensifs

L'alcool au centre des pratiques adolescentes



Usages occasionnels ou réguliers : les « goûts » et les « atmosphères » associées

- **Produits du quotidien vs produits exhausteurs de sensations**
 - Accompagner le quotidien (tabac) ou « mieux profiter de la fête » (alcool le weekend)
 - Produits consommés en journée (tabac, cannabis) vs produits de nuit (alcool, cannabis)
- **« Produits de convivialité » vs produits de confort et régulateurs**
 - L'alcool, ingrédient incontournable de « la fête » et des « vraies soirées »
 - Le tabac : un compagnon de route (de jour comme de nuit).
 - Le cannabis : un régulateur d'humeurs universel ?

Focus sur les non-expérimentateurs

- **Ne pas consommer : une « fierté personnelle »**
- **Signes d'auto-héroïsation de l'abstinent**
 - La mythologie de la résistance
 - Agacement quant à la récurrence des incitations sociales à consommer
- **Profils associés**
- **Le facteur religieux**

- **L'alcool comme support d'apprentissages**
 - Essayer une identité (« ce qui me va » et « ce qui ne me va pas »)
 - Jeux de rôles et expérience des limites : ce qu'on s'astreint à faire et ce qu'on fait faire aux autres (« jusqu'où ira-t-il ? »). Jouer à dérégler les camarades
- **Jeux autour du risque à l'adolescence**
 - Le risque comme figure positive : s'exposer et se rattraper
 - Récits mythifiés de la cuite et de la défonce (« depuis mon bad.... »)
- **Discours sur la liberté, la perte de contrôle et mépris de la dépendance**
 - Représentations négatives de « l'addict »
 - Le mythe du contrôle (omniprésent) : entre fantasme et apprentissage
- **Techniques d'auto-régulation : le chemin vers l'auto-RDR**
 - Seuils de risque auto-définis. Références au ressenti corporel (« quand la tête tourne »)
 - Parfois régulation croisée (rôle des pairs aidants, jeunes filles en groupe)

- **Une représentation floue des risques : confusion entre publicité et prévention**
- **Devenir expert de soi et des effets des produits : une forte demande d'outils pratiques et de repères (seuils)**

Matinale de l'OFDT

