Leçons de prévention du vapotage : 7e et 8e année

Document créé par le Simcoe Muskoka Catholic District School Board
en collaboration avec le Bureau de santé du district de Simcoe Muskoka

Liens avec le programme scolaire

Les attentes suivantes du programme scolaire sont abordées pendant les trois leçons suivantes et peuvent être utilisées pour l'évaluation.

Attentes en matière de santé et d'éducation physique en 7e année **Volet D. Mode de vie sain** *Attente générale* D1. Démontrer une compréhension des facteurs qui contribuent au sain développement	**Attentes en matière de santé et d'éducation physique en 7e année** **Volet D. Mode de vie sain** *Attente générale* D1. Démontrer une compréhension des facteurs qui contribuent au sain développement
Attentes précises Usage de substances, dépendances et comportements connexes D1.2 Démontrer une compréhension des liens entre les problèmes de santé mentale et la consommation problématique de substances, ainsi qu'entre le développement du cerveau et la consommation de cannabis et recenser les ressources scolaires et communautaires (p. ex., les adultes de confiance à l'école, les conseillers d'orientation, les services de santé publique, les lignes d'assistance) qui peuvent fournir un soutien pour les problèmes de santé mentale liés à la consommation de substances, aux dépendances et aux comportements connexes. [A1.2 Adaptation, 1.4 Relations, 1.6 Réflexion] D3.2 Analyser les implications personnelles et sociétales des questions liées à la consommation de substances, aux dépendances et aux comportements connexes (p. ex., les effets de la dépendance à la technologie sur le rendement scolaire et professionnel, les relations personnelles et la santé physique); les répercussions des habitudes de consommation de pornographie sur les relations; les risques liés au vapotage et au tabac à chiquer; les effets de la fumée secondaire sur les non-fumeurs et les enfants; les conséquences juridiques et sur la santé de la consommation d'alcool et de cannabis chez les personnes mineures; dommages corporels et perte de réputation chez les athlètes à la suite de l'utilisation de stéroïdes et d'autres drogues améliorant les performances; risque de VIH/sida lié à l'utilisation de drogues par voie intraveineuse; risque de l'ensemble des troubles causés par l'alcoolisation fœtale (ETCAF) à la suite de la consommation d'alcool pendant la grossesse) [A1.6 Réflexion]	***Attentes précises*** Usage de substances, dépendances et comportements connexes D1.3 Reconnaître et décrire les signes avant-coureurs d'une consommation problématique de substances et de comportements connexes pour une variété d'activités et de substances, y compris le cannabis (p. ex. des changements de comportement, des répercussions négatives sur la santé mentale, un retrait progressif des cercles sociaux, une baisse des résultats scolaires), ainsi que les conséquences possibles.
Attentes en matière de communication orale en 7e et 8e année *Attentes générales*	
1. Écouter afin de comprendre et de réagir adéquatement dans différentes situations et pour divers objectifs. 2. Utiliser comme il se doit les compétences et les stratégies d'expression orale pour communiquer avec différents publics à des fins diverses.	

Attentes en matière de lecture en 7e et 8e année *Attentes générales*
1. Lire et démontrer sa compréhension d'une variété de textes littéraires, graphiques et informatifs, en utilisant une gamme de stratégies pour en dégager le sens. 2. Reconnaître une variété de formes de texte, de caractéristiques de texte et d'éléments stylistiques et démontrer sa compréhension de la façon dont ils aident à communiquer le sens.
Attentes en matière d'écriture en 7e et 8e année *Attentes générales*
1. Trouver, rassembler et organiser des idées et de l'information afin d'écrire dans un but précis et pour un public particulier. 2. Rédiger et réviser leurs écrits, en utilisant une variété de formes informatives, littéraires et graphiques, ainsi que des éléments stylistiques adaptés à l'objectif et au public visés.
Attentes en matière de connaissances médiatiques en 7e et 8e année *Attentes générales*
1. Démontrer une compréhension d'une variété de textes médiatiques. 2. Nommer certaines formes de médias et expliquer comment les conventions et les techniques qui leur sont associées sont utilisées pour donner un sens. 3. Créer une variété de textes médiatiques pour différents objectifs et publics, en utilisant les formes, les conventions et les techniques pertinentes. 4. Reconnaître leurs points forts en tant qu'interprètes et créateurs de médias et y réfléchir et cerner les domaines dans lesquels ils peuvent s'améliorer et les stratégies qu'ils ont trouvées les plus utiles pour comprendre et créer des textes médiatiques.

Leçon 1 – Information générale sur le vapotage

Objectifs d'apprentissage de l'élève

- Comparer ses connaissances personnelles et son expérience du vapotage à de nouveaux renseignements.
- Acquérir une nouvelle compréhension des problèmes actuels liés au vapotage.

Critères de réussite *(Co-créés si possible. Voici des exemples de réponses.) :*

Je vais…

- Déterminer comment l'industrie du vapotage et du tabac cible les jeunes.
- Reconnaître les risques pour la santé liés au vapotage et à la nicotine.
- Expliquer l'effet de la nicotine sur le cerveau des adolescents.
- Déterminer le lien entre le vapotage et le fait de fumer des cigarettes.

Les esprits en éveil…

- Sur une note autocollante ou au moyen de Padlet, demander aux élèves de noter ce qu'ils savent sur le vapotage. Examiner les réponses. Y a-t-il des constantes dans les réponses *(p. ex., amis, côté « cool », santé, effets indésirables, lois, médias, publicités, saveurs, secret, etc.)*?

- Les élèves remplissent le Guide d'anticipation. Consulter le haut de la feuille pour les instructions.
  * Ne pas oublier de revenir au Guide d'anticipation à la fin des activités.

Ressources et matériel

Site Web de l'application Padlet (En anglais seulement)

Notes autocollantes
Copies du Guide d'anticipation
Clé de correction du Guide d'anticipation à utiliser à la fin du module. Elle se trouve ici à des fins d'information seulement.

Action

Activité Échapper à l'expérience du *Bureau de santé du district de Simcoe Muskoka*. Les élèves devront relever des défis et résoudre des énigmes dans un jeu de type « Escape Room » (salle d'évasion). Consulter le Guide de l'animateur en ligne à pasuneexpérience.ca. Cliquer sur l'onglet Éducateurs, puis télécharger les fichiers du jeu Échapper à l'expérience.

pasuneexpérience.ca

Guide d'animation destiné au personnel enseignant-Clés De Réponse du jeu Échapper à l 'expérience du *Bureau de santé du district de Simcoe Muskoka*

Module d'apprentissage en ligne pour adultes

Consolidation

Dans un journal ou sur un billet de sortie, les élèves réfléchissent à ce qui suit : Comment vous sentez-vous par rapport au vapotage après avoir terminé les activités?

Leçon 2 – Médias et publicité

Objectifs d'apprentissage de l'élève

- S'informer sur l'objectif des médias et de la publicité.
- Apprendre comment les publicitaires profilent et commercialisent des produits auprès de publics précis.

Critères de réussite *(Co-créés si possible. Voici des exemples de réponses.) :*

Je vais…

- Cerner le public visé par la publicité vidéo.
- Expliquer pourquoi des publics différents peuvent avoir des réactions différentes à un même texte médiatique.
- Déterminer qui produit les textes médiatiques et pourquoi.
- Repérer les stratégies utilisées par les publicitaires pour transmettre un message et influencer ou mobiliser le groupe cible.
- Reconnaître comment l'industrie du vapotage et du tabac cible les jeunes.

Les esprits en éveil…

- Visionner la vidéo « Backflip into Jeans » et l'arrêter à 1 minute (s'assurer de l'arrêter à exactement 1:01, avant que la marque de l'annonceur ne soit partagée).
- Discuter des questions suivantes avec un partenaire :
  - Quel était le but de la vidéo?
  - Qui était le public cible? Comment pouvez-vous le savoir?
  - Qu'est-ce qui peut être attrayant pour le public cible dans l'annonce?
  - Qui pourrait ne pas trouver l'annonce attrayante?
- Montrer les 3 secondes restantes de la vidéo. Demander aux élèves :
  - Avez-vous été surpris de voir qu'il s'agissait d'une publicité réalisée par des professionnels pour Levi's Jeans?
  - Pensez-vous que la publicité est efficace pour atteindre son objectif?

Ressources et matériel

Lien à la vidéo Media have commercial implications (En anglais seulement)

Lien à la vidéo Guys Backflip into Jeans **(**En anglais seulement)
*(Mediasmarts.ca -*What's It For? *Lesson Plan)* **(**En anglais seulement)

Questions adaptées de : *What's It For? Lesson Plan, Mediasmarts.ca* (En anglais seulement)

Action	
• Visionner les vidéos Media have Commercial Implications et Media have Social and Political Implications. (En anglais seulement) • En petits groupes, les élèves partagent leurs réflexions sur les messages des vidéos. • Demander aux élèves de réfléchir à des exemples de publicités? En gardant à l'esprit où ils les ont vues (médias sociaux, jeux, youTube, influenceurs sur les médias sociaux, etc.) et ce qui les a attirés? • Selon eux, quelles ont été les stratégies utilisées par les publicitaires pour rendre les publicités attrayantes et efficaces? Noter leurs idées sur une feuille grand format (exemples de réponses : humour, refrain publicitaire, langage persuasif, musique, images, témoignages, célébrités, offres à durée limitée, cadeaux publicitaires). • Ramener la discussion sur le thème du vapotage et sur ce que les élèves ont appris lors de la première leçon. • Partager avec les élèves la plus récente loi de l'Ontario au sujet des cigarettes électroniques et du vapotage. Voir la section Ressources et matériel. • La publicité pour les e-cigarettes et les produits de vapotage est désormais illégale partout où une personne de moins de 19 ans pourrait la voir. Cela inclut les dépanneurs, les stations-service, les panneaux d'affichage, les devantures de magasins, en ligne, etc. • Demander aux élèves de réfléchir aux façons dont l'industrie du tabac fait la promotion de ses produits et de partager leurs réflexions? Encourager les élèves à donner des exemples précis lorsque cela est possible. • Avec les élèves, leur demande de nommer les stratégies de marketing utilisées par l'industrie du tabac en fonction de l'information lue. (Par exemple : un moyen d'aider les gens à arrêter de fumer, moins dangereux que de fumer des cigarettes, l'aspect technologique des e-cigarettes attire les adeptes de technologie, les liquides à vapoter aromatisés aux bonbons et aux fruits attirent les jeunes, la conception des appareils attire les jeunes, etc.) Vous pouvez noter leurs réponses sur une feuille grand format. • Conclure que les fabricants de tabac et de produits à vapotage utilisent encore des techniques publicitaires pour séduire les nouveaux fumeurs et utilisateurs.	Marketing for Kids - Common Sense Media (En anglais seulement) Lien à la vidéo Media have social and political implications (En anglais seulement) Lois sur le vapotage en Ontario et au Canada

• *Présenter la vidéo : Electronic Cigarettes and Vaping* (En anglais seulement) • *Afficher les documents « des citation de l'industrie » (publiés à la suite d'ordonnances de tribunaux et de dénonciations par des lanceurs d'alerte) sur des feuilles grand format autour de la classe. En petits groupes, les élèves feront la tournée des graffitis. Voir le lien dans Ressources et matériel pour une description détaillée de cette stratégie de réaction à la lecture.* *(Les groupes suivants peuvent cocher les idées qui leur conviennent, écrire leurs désaccords à côté des éléments déjà inscrits ou ajouter de nouveaux renseignements et de nouvelles idées à la feuille grand format. Ils peuvent également mettre des points d'interrogation à côté des points qui, selon eux, doivent être clarifiés.) La littératie en tête* • Quand les groupes auront partagé leurs réponses de la tournée des graffitis, demander aux élèves de réfléchir à la question suivante : *Comment les citations vous font-elles sentir (ciblés, manipulés, trompés, en colère, frustrés)? Expliquez.*	**Ressources** Ressource Réaction à la lecture (graffitis) de La littératie en tête Citations de l'industrie pour la tournée des graffitis Tobacco Explained: Internal Tobacco Industry Documents (En anglais seulement)
Consolidation Les élèves (par deux ou en groupe) rédigent une réponse à l'industrie du tabac qui comprend les prochaines étapes (une ou deux) pour l'industrie et les élèves. Voir le lien vers le document « Réponse à l'industrie » dans la section Ressources et matériel.	Consolidation : Réponse à l'industrie

Leçon 3 – Enquête

Objectifs d'apprentissage de l'élève

- Utiliser le processus d'enquête pour examiner les questions liées au vapotage.
- Créer une infographie en utilisant des formes et des techniques adéquates pour transmettre un message à son public cible.

Critères de réussite *(co-Coréés si possible. Voici des exemples de réponses.) :*

Je vais…

- Déterminer qui produit les textes médiatiques et pourquoi.
- Contribuer à une discussion sur les tactiques des publicitaires.
- Rassembler et organiser de l'information sur les effets du vapotage et les tactiques de l'industrie pour vendre des produits de vapotage.
- Créer une infographie sur le vapotage en utilisant des éléments pertinents.

Les esprits en éveil…

- Visionner la vidéo sur la crème glacée.
- Organiser une discussion en classe ou un cercle d'acquisition de connaissances. Commencer la discussion par les questions suivantes :
    - Quel était le but ou le message de la vidéo?
    - Qui était le public cible? Comment pouvez-vous le savoir?
    - La vidéo est-elle efficace? Pourquoi ou pourquoi pas?

Ressources et matériel

Ice cream video- « Flavoured Vapes Hook Kids »- Association pulmonaire du Canada (En anglais seulement)

Le cercle d'acquisition de connaissances permet aux élèves de s'engager dans un dialogue entre pairs, de construire des idées et de former une communauté. Le fait de s'asseoir en cercle est intentionnel et contribue à promouvoir l'idée que chacun est égal et important dans l'effort d'acquisition de connaissances. Les cercles d'acquisition de connaissances contribuent également à renforcer les connaissances en donnant aux élèves l'occasion d'écouter activement les idées de leurs pairs, de communiquer clairement et respectueusement avec les autres, de contrôler leur comportement et d'apporter leurs idées au reste de la communauté. (Natural Curiosity, 2011).

Ressource sur les cercles d'acquisition de connaissances : Natural Curiosity - Knowledge Building Circles & Knowledge Building Gallery- Gaining and Sustaining Momentum, Pages 45-48 (En anglais seulement)

Action

- Les élèves (individuellement ou par deux) effectueront des recherches et créeront une infographie, destinée aux élèves de 5e et 6e année, décrivant les dangers liés au vapotage et la désinformation qui s'y rattache, ainsi que le plan et les stratégies de marketing de l'industrie à l'égard des jeunes.
- Les enseignants peuvent partager des exemples d'infographies en ligne pour aider les élèves à comprendre la tâche. Voir la section des ressources pour trouver des liens.

- Partager et examiner la liste de vérification pour l'infographie avec les élèves. La liste de vérification peut également être partagée avec les élèves sous forme numérique.

- Il est possible de trouver de l'information supplémentaire sur le processus d'enquête dans la section Ressources. Surveiller l'élaboration des questions des élèves et leur progression dans le processus d'enquête. Encourager les élèves à discuter de leurs découvertes entre eux afin de renforcer leurs connaissances.

- Les sites Web suggérés pour la recherche se trouvent dans la section Ressources et matériel. Ils sont également inclus dans la liste de vérification pour que les élèves puissent y accéder directement.

Ressources et matériel

Sources et sites de recherche

Feuille pour les élèves Infographie – Liste de vérification et ressources

Information sur le vapotage

Pas une expérience – Bureau de santé du district de Simcoe Muskoka

E-Cigarettes and Vaping - Bureau de santé du district de Simcoe Muskoka

Vapotage : le fonctionnement

Le nombre de « vapoteurs » augmente. Voici quelques faits. Jeunesse, J'écoute

Site Web Unfiltered Facts (En anglais seulement)

Considère les conséquences du vapotage

Vaping: What you need to know (Kids Health) (En anglais seulement)

Drug Facts: Vaping Devices (En anglais seulement)

	Infographie Treize raisons pour le cerveau d'adorer l'infographie (En anglais seulement) Infographics, Explained as Legos (En anglais seulement) Adobe Spark Infographic Maker (En anglais seulement) How to Create Infographics in Minutes – vidéo Canva (En anglais seulement) Five Key Elements of an Infographic (En anglais seulement)

Consolidation ● Passer en revue le Guide d'anticipation rempli au début de la Leçon 1. ● Demander aux élèves de noter une réponse à chaque énoncé du Guide d'anticipation dans la colonne « après ». ● Demander aux élèves de comparer les réponses « avant » et « après » à chaque énoncé du Guide d'anticipation et d'expliquer les raisons des différences. ● Utiliser les comparaisons de leurs réponses aux énoncés du Guide d'anticipation pour orienter une discussion sur les principaux apprentissages des leçons. Ceci peut être fait comme un cercle sommatif d'acquisition de connaissances. Utiliser la clé de correction pour appuyer les réponses et les discussions. Partage des infographies ● Le partage des infographies peut se faire comme suit : ○ Projet et visualisation en classe entière. ○ Dans une classe en ligne telle que Google Classroom, Edmodo, Adobe Spark, etc. ○ Visualisation sur les ordinateurs portables des élèves ou sur les écrans d'iPad lorsque les élèves circulent dans la salle. ○ Partage avec les classes de 5e et 6e années et participation à une discussion dirigée sur les dangers du vapotage et les tactiques de l'industrie du tabac visant les jeunes. ● Les élèves peuvent effectuer une évaluation par les pairs pour fournir des commentaires au moyen de cette feuille de consignation. Passer en revue le processus d'évaluation par les pairs pour vous assurer que les élèves offrent une rétroaction constructive. ● Les élèves réfléchissent à l'ensemble de leur apprentissage et remplissent ce billet de sortie. ● L'enseignant peut utiliser l'Évaluation de l'enseignant pour faire une évaluation sommative.	Guide d'anticipation Clé de correction Évaluation de l'infographie par les pairs Évaluation de l'enseignant Billet de sortie

Leçon 1 – Guide d'anticipation sur le vapotage

Instructions

• Coche « D'accord » ou « Pas d'accord » à côté de chaque énoncé ci-dessous avant de commencer la prochaine tâche.

• Passe en revue tes choix à la fin de la tâche.

• Compare les choix que tu ferais après la tâche aux choix que tu as faits avant la tâche.

• Compare tes choix avec ceux d'un partenaire et explique-les.

Avant		Énoncé	Après	
D'accord	Pas d'accord		D'accord	Pas d'accord
		1. Il n'est pas dangereux de vapoter.		
		2. Il n'y a pas de nicotine dans les cigarettes électroniques.		
		3. L'industrie du tabac cible les jeunes pour qu'ils commencent à vapoter.		
		4. Le dispositif à vapoter ne produit que de la vapeur d'eau inoffensive.		
		5. Si tu vapotes, tu pourrais être plus susceptible de commencer à fumer la cigarette.		

PAS UNE EXPÉRIENCE

Leçon 1 – Guide d'anticipation sur le vapotage – Clé de correction

1. Il n'est pas dangereux de vapoter.

PAS D'ACCORD

Des scientifiques du monde entier cherchent à mieux comprendre les effets du vapotage sur la santé. Les recherches commencent à indiquer que l'exposition à la nicotine et à d'autres substances chimiques contenues dans les e-cigarettes peut endommager les poumons et que ces dommages sont similaires à ceux causés par les cigarettes.

Les particules présentes dans la vapeur des e-cigarettes peuvent aggraver les problèmes pulmonaires existants, rendre la respiration difficile et provoquer une irritation des oreilles, des yeux et de la gorge. Le vapotage peut également augmenter le risque de crise cardiaque.

Lorsqu'ils sont chauffés, le propylène glycol et la glycérine végétale (que l'on trouve dans les liquides à vapoter) peuvent produire des substances chimiques, comme le formaldéhyde, qui sont connues pour provoquer le cancer. Aux États-Unis, des centaines de cas de maladies pulmonaires graves liées à l'utilisation des produits de vapotage, et même des décès, ont été signalés. Le premier cas canadien a été signalé en Ontario en septembre 2019**.**

2. Il n'y a pas de nicotine dans les cigarettes électroniques.

LES DEUX RÉPONSES SONT POSSIBLES

Même s'il est possible d'acheter des liquides à vapoter qui ne contiennent pas de nicotine, la plupart des e-cigarettes en contiennent, ce qui crée une très forte dépendance. Jusqu'à l'âge de 25 ans environ, il est plus facile de développer une dépendance à la nicotine qu'une personne plus âgée. Cela s'explique par le fait que ton cerveau est encore en développement et que la nicotine l'affecte différemment. La nicotine qui se dirige vers ton cerveau peut également nuire à ta mémoire, à ta capacité de concentration et à ton comportement, en rendant plus difficile le contrôle de tes impulsions. Si tu développes une dépendance à la nicotine lorsque tu es jeune, cela peut également augmenter le risque de dépendances futures à d'autres drogues.

3. L'industrie du tabac cible les jeunes pour qu'ils commencent à vapoter.

D'ACCORD

Cet énoncé est vrai. Les e-cigarettes et les liquides à vapoter ont été commercialisés en utilisant les mêmes méthodes que celles utilisées par les grands fabricants de tabac pour convaincre les gens que les cigarettes étaient sans danger et qu'il était « cool » de fumer. Ils ont même mis au point des liquides à vapoter aux arômes de fruits et de desserts pour cacher les produits

chimiques et la nicotine et leur donner une odeur et un goût agréables. Qui pourrait penser que la fraise n'est pas bonne pour la santé, n'est-ce pas?

4. Le dispositif à vapoter ne produit que de la vapeur d'eau inoffensive.

PAS D'ACCORD

En fait, il n'y a pas d'eau dans le liquide à vapoter. Ce que tu inhales est un aérosol qui contient de fines particules et des produits chimiques. À court terme, ces particules peuvent rendre la respiration difficile si tu as des problèmes de poumons. Elles peuvent également provoquer une irritation des oreilles, des yeux et de la gorge. Au fil du temps, les composantes métalliques des dispositifs d'e-cigarette peuvent se décomposer et faire partie de l'aérosol que tu inhales.

5. Si tu vapotes, tu pourrais être plus susceptible de commencer à fumer la cigarette.

D'ACCORD

Les recherches montrent que les jeunes qui vapotent sont plus susceptibles de passer à la cigarette une fois qu'ils sont dépendants de la nicotine. Cette situation est effrayante, car nous savons que les cigarettes provoquent des cancers et d'autres maladies. Nous savons aussi que le vapotage a des effets à long terme sur la santé. Tu prends donc de gros risques si tu vapotes ou si tu fumes des cigarettes.

Leçon 2

Médias et publicité – Consolidation – Réponse à l'industrie

Chers représentants de l'industrie, **Voici ce que je ressens, ou ce que nous ressentons, après avoir pris connaissance de vos tactiques publicitaires et des effets du vapotage...**
Prochaines étapes pour l'industrie :
Prochaines étapes pour les élèves :

Leçon 2 – Médias et publicité

Citations de l'industrie

Couper et coller sur les feuilles grand format pour la tâche de la tournée des graffitis.

1. *« ... Pour survivre et prospérer à long terme, notre entreprise doit obtenir sa part du marché des jeunes... Nous devons donc concevoir de nouvelles marques pour attirer particulièrement les jeunes fumeurs, tout en étant idéalement attrayantes pour tous les fumeurs... La meilleure façon d'aborder ces questions est peut-être d'examiner les facteurs qui poussent les préfumeurs à essayer de fumer, à apprendre à fumer et à devenir de vrais fumeurs. »*

---

2. *« Ainsi, une nouvelle marque destinée aux jeunes fumeurs doit, d'une manière ou d'une autre, devenir la marque « à la mode » et sa promotion doit mettre l'accent sur la camaraderie, le sentiment d'appartenance et l'acceptation du groupe, tout en insistant sur l'individualité et le fait de « faire les choses à sa façon ». L'adolescence et le début de la vingtaine sont des périodes de stress psychologique intense, d'agitation et d'ennui. De nombreuses situations sociales embarrassantes sont alors vécues.*
   Les quelques minutes nécessaires pour s'arrêter et allumer une cigarette, demander du feu, trouver un cendrier, etc. donnent quelque chose à faire pendant les moments d'embarras et d'ennui... L'image de soi fragile et en plein développement du jeune a besoin de tout le soutien et de tout le renforcement possibles.
   ... Cet effet d'amélioration de l'image de soi a traditionnellement été un thème promotionnel fort pour les marques de cigarettes et on devrait continuer d'y mettre l'accent... Un examen minutieux du jargon qu'utilisent les jeunes – ainsi que des livres d'histoire utilisés dans les écoles secondaires et d'autres sources semblables sur des choses valorisées par les jeunes – pourrait être un excellent point de départ pour trouver un bon thème pour le nom de marque et l'image. »

---

3. *« Le jeune fumeur est d'une importance capitale : il est important au niveau du nombre, il ouvre la voie à un marché de premier plan et il commence à avoir des préférences en matière de marques... Mais, tenter de l'atteindre peut être frustrant : valeurs et comportements en désaccord avec le reste de la population, scepticisme, pression intense des pairs, difficultés liées aux politiques publiques... Il fait étudier le marché et le client, maintenir un dialogue permanent avec les « nouveaux » fumeurs... leurs modèles de comportement - ce qu'ils font; leurs attitudes - ce qu'ils pensent; leurs orientations - où ils se dirigent... Il faut explorer et mettre en œuvre; créer un « laboratoire vivant ».*

---

4. *« Il est important d'en savoir le plus possible sur les habitudes et les attitudes des adolescents en matière de tabagisme. L'adolescent d'aujourd'hui est le client régulier potentiel de demain, et une écrasante majorité de fumeurs commencent à fumer à l'adolescence... c'est pendant l'adolescence que le choix initial de la marque est fait. »*

---

5. *« Les jeunes fumeurs adultes ont été le facteur déterminant de la croissance et du déclin de toutes les grandes marques et entreprises au cours des 50 dernières années. Ils continueront à être tout aussi importants pour les marques et entreprises à l'avenir pour deux raisons simples : le renouvellement du marché provient presque entièrement des fumeurs de 18 ans. Un maximum de 5 % des fumeurs commence à fumer après 24 ans. La fidélité aux marques des fumeurs de 18 ans l'emporte largement sur la tendance à changer de marque avec l'âge... Une fois qu'une marque est bien établie chez les jeunes fumeurs adultes, cette force finira par être transmise aux tranches d'âge supérieures en raison du vieillissement du groupe cible et de la fidélité à la marque... Les marques et entreprises qui ne parviennent pas à attirer leur part équitable de jeunes fumeurs adultes sont confrontées à une dure bataille. Elles doivent chaque année réaliser des gains nets du côté des changements de marque pour simplement conserver leur part de marché... Les jeunes adultes fumeurs sont la seule source de remplacement des fumeurs... Si les jeunes adultes arrêtent de fumer, l'industrie connaîtra un déclin, tout comme une population sans enfants finit par diminuer. »*

---

6. *« Nous ne faisons pas de publicité pour les enfants... Tout d'abord, nous ne voulons pas que les jeunes fument. Et, nous diffusons des publicités visant spécifiquement les jeunes en leur disant que, selon nous, fumer est réservé aux adultes... Les enfants ne prêtent pas attention aux publicités pour les cigarettes, et c'est bien ainsi. »*

---

7. *« Environ 60 % des fumeurs commencent à fumer avant l'âge de 13 ans et 90 % avant l'âge de 20 ans. Ces statistiques se traduisent par le fait que plus de 5 000 enfants et adolescents doivent commencer à fumer chaque jour pour maintenir la taille actuelle de la population des fumeurs. »*

---

8. *Dave Goerlitz, mannequin principal pour RJ Reynolds pendant sept ans, explique que sa mission marketing consistait à attirer les jeunes fumeurs pour remplacer les plus âgés qui mouraient ou arrêtaient de fumer... « Je faisais partie d'une arnaque, puisque je vendais une image à de jeunes garçons. Mon travail consistait à amener un demi-million de jeunes à fumer en 1995. »*

9. Terence Sullivan, représentant commercial en Floride pour RJ Reynolds : « Nous ciblions les enfants. J'ai dit à l'époque que c'était contraire à l'éthique et peut-être illégal, mais on m'a répondu que c'était simplement la politique de l'entreprise ». Sullivan se souvient que quelqu'un a demandé qui étaient exactement les jeunes que RJR ciblait : des élèves du secondaire de premier cycle ou même des plus jeunes. La réponse était « Ils ont des lèvres? Nous les voulons ».

Réaction à la lecture : réagir au texte (la technique des graffitis)

Les bons lecteurs « se réveillent » et utilisent l'information dont ils disposent sur un sujet pour mieux comprendre ce qu'ils lisent. (Traduction libre - Cris Tovani, 2000)

La technique des *graffitis* est une stratégie d'apprentissage collaboratif qui peut être utilisée avant ou après une tâche de lecture. Vous pouvez voir ici comment elle peut être utilisée *après* la lecture. Cette stratégie amène les élèves à travailler en équipes pour trouver et noter des idées sur des feuilles grand format. L'enseignant prépare une feuille par équipe. Sur chaque feuille, l'enseignant écrit un aspect du sujet du texte assigné. Les équipes vont d'une feuille à l'autre, écrivent leurs réactions au sujet du texte et des commentaires des autres équipes.

But

- Donner l'occasion aux élèves de réagir personnellement à un sujet ou à une unité de travail en exprimant leurs opinions, en montrant ce qu'elles et ce qu'ils comprennent d'un texte et en faisant des liens entre le texte et leurs connaissances et expériences antérieures.

Résultats

Les élèves pourront :

- établir des liens entre leurs connaissances et leurs expériences et un sujet ou un problème lié à une matière;
- approfondir leur compréhension de la lecture grâce aux idées et aux opinions des autres.

Conseils et ressources

- Utiliser des chiffres pour assigner au hasard les rôles dans les équipes. Par exemple, pour des équipes de cinq membres, demander aux élèves de se donner un chiffre de 1 à 5. Ensuite, assigner un rôle selon le chiffre (p. ex., écrire, présenter et expliquer les graffitis). Alterner les rôles au fur et à mesure du déroulement du travail.
- Pour obtenir une description des rôles destinés à favoriser la discussion en équipe, voir **Travailler en équipe : les rôles**, dans la section Communication orale.
- Selon la technique des graffitis présentée ici, chaque équipe utilise un stylo-feutre d'une couleur différente pour différencier les commentaires sur les feuilles.
- Après un laps de temps défini, normalement pas plus de 3 ou 5 minutes, au signal donné, les équipes passent à la feuille suivante jusqu'à ce qu'elles reviennent à leur propre feuille après avoir terminé le circuit.
- La rotation complète, incluant l'écriture des graffitis, devrait exiger de 15 à 20 minutes. Si les équipes disposent de trop de temps pour une feuille donnée, les équipes suivantes n'auront rien d'autre à écrire.

- Les équipes peuvent indiquer leur accord au sujet des graffitis à l'aide de crochets, leur désaccord à l’aide de remarques ou peuvent ajouter de nouvelles idées. Elles peuvent également ajouter des points d'interrogation dans le cas d'idées qui devraient être clarifiées.
- Pour trouver des conseils sur la façon de trouver des sujets, voir la ressource pour enseignants, *La technique des graffitis – Exemple en géographie*.
- Pour des instructions étape par étape sur la façon de mener la classe à travers la technique des graffitis, voir la ressource pour enseignants, *La technique des graffitis – Consignes pour les équipes*.

Beyond Monet, p. 174-177.

Aide supplémentaire

- Enseigner au préalable le vocabulaire lié au sujet pour aider les élèves moins performants en lecture ou les élèves du programme ALF. Afficher les mots clés au mur (lexique mural).
- Demander à deux élèves de présenter les graffitis pour s’assurer que celles et ceux qui ont de la difficulté recevront l’appui voulu, au besoin.

Réaction à la lecture : réagir au texte (la technique des graffitis)

Ce que font les enseignants	Ce que font les élèves
Avant • Assigner les textes à lire. • Déterminer le nombre d'équipes et préparer pour chacune un poste de travail. À chaque poste, placer une feuille grand format et des stylos-feutres de couleurs différentes. Sur chaque feuille, écrire un aspect lié au texte. • Demander une définition du mot graffiti aux élèves ou le définir : écrits sur les murs ou les places publiques qui expriment des idées ou des réactions personnelles. • Expliquer la technique des graffitis : des équipes de cinq membres, à un poste donné, choisissent un membre pour noter leurs idées à l'aide d'un stylo-feutre. • Demander aux élèves de choisir un chiffre de 1 à 5 qui correspond au rôle assigné. Voir la rubrique **Conseils et ressources** à la page précédente. • Préciser que les n^{os} 1 vont écrire sur la première feuille assignée, et ainsi de suite pour les autres numéros selon la rotation.	• Lire le texte assigné. • Participer à la discussion sur les graffitis. • Écouter attentivement les consignes; demander des explications, au besoin.
Pendant • Après un laps de temps précis, demander aux équipes de commencer la rotation vers le poste suivant et d'apporter leur stylo-feutre. Le prochain membre écrit les graffitis selon l'ordre séquentiel des chiffres, et ainsi de suite. • Surveiller le travail et rappeler aux élèves la tâche et la marche à suivre.	• Faire la rotation d'un poste à l'autre en apportant le stylo-feutre. • Réagir au prochain sujet en utilisant le même stylo-feutre. • Un nouveau membre de l'équipe écrit les graffitis à chaque poste. • Fournir des idées et de l'information pour les graffitis à tour de rôle. • Donner l'occasion à chaque membre de suggérer des graffitis à écrire sur la feuille. • À la fin de la rotation, revenir au premier poste.

Après

- Désigner les membres qui vont présenter ou expliquer les graffitis (p. ex., les nos 3 présentent et les nos 5 expliquent). Ainsi, tous les membres sont sur le qui-vive jusqu'à la fin.
- Lorsque chaque équipe présente, demander aux autres élèves de noter dans leur cahier les trois commentaires qui les intéressent le plus et leur demander de laisser de l'espace entre chacun.
- Demander aux élèves de relire le texte assigné et d'ajouter le numéro des pages correspondant aux trois meilleurs commentaires choisis à chaque présentation, comme préparation à l'écriture de notes plus complètes.

- Revoir la feuille du poste de départ pour s'assurer de pouvoir lire et comprendre tous les graffitis.
- Présenter et expliquer les graffitis écrits sur la feuille de son équipe, comme demandé par l’enseignant.
- Pendant la présentation des autres équipes, noter les trois meilleurs graffitis dans son cahier.
- Relire le chapitre du manuel et ajouter le numéro de page correspondant à chacun des trois meilleurs commentaires choisis à chaque présentation comme préparation à l'écriture de notes plus complètes.

Leçon 3 – Infographie – Liste de vérification et ressources

Nom de l'élève ou noms des élèves :_____

Vous devez chercher de l'information sur le vapotage et la résumer dans une infographie (En anglais seulement). Une infographie est une représentation visuelle d'information, de données ou de connaissances, présentée sous une forme claire, facile et amusante à lire. Votre infographie sera partagée avec vos camarades de classe.

Discussions

- ❑ **Participer activement à des discussions en petits groupes ou en classe sur la publicité et le vapotage**

Processus d'enquête

- ❑ **Formuler des questions ouvertes *(peut-être plus d'une réponse, susciter de nouvelles questions, prendre en compte diverses perspectives, approfondir la compréhension du sujet pour comparer, organiser, évaluer ou juger)***
- ❑ **Recueillir et organiser de l'information, des preuves ou des données**
- ❑ **Interpréter et analyser l'information, les preuves ou les données**
- ❑ **Évaluer l'information, les preuves ou les données et tirer des conclusions**
- ❑ **Communiquer les constatations dans une infographie destinée aux élèves de 5e et 6e année**

Contenu

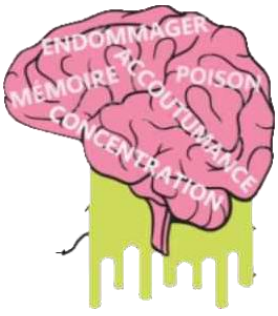
- ❑ **Information complète, précise et pertinente sur le sujet (effets de la nicotine, tactiques de l'industrie, etc.)**
- ❑ **Information brève, facile à lire**
- ❑ **Information facile à comprendre et claire, spécifiquement destinée aux élèves de 5e et 6e année**
- ❑ **Information qui se communique facilement et qui se rattache systématiquement à votre sujet**
- ❑ **Appel à l'action créatif et efficace**
- ❑ **Peu ou pas d'erreurs d'orthographe, de grammaire, de majuscules et minuscules ou de ponctuation**

Organisation

- ❑ **Information organisée selon un format précis (alphabétique, chronologique, par catégorie, de l'important au non-important)**

Attrait visuel

- ❑ **Visuels ou graphiques accrocheurs**
- ❑ **Mise en évidence de l'information au moyen de la taille, des couleurs ou des caractères**
- ❑ **Espaces blancs requis**



Information sur le vapotage

Pas une expérience- Bureau de santé de Simcoe Muskoka

E-Cigarettes and Vaping- Bureau de santé de Simcoe Muskoka (en anglais seulement)

Vapotage : le fonctionnement

Le nombre de « vapoteurs » augmente. Voici quelques faits. Jeunesse, J'écoute

Considère les conséquences du vapotage

Vaping: What you need to know (Kids Health) (en anglais seulement)

Drug Facts: Vaping Devices (en anglais seulement)

Information sur l'infographie

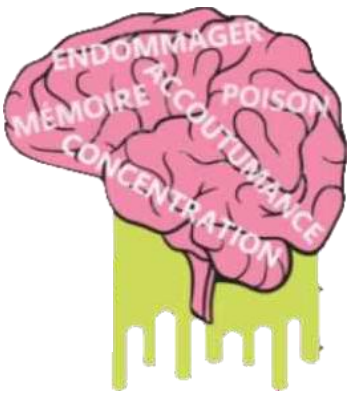
Treize raisons pour le cerveau d'adorer l'infographie (en anglais seulement)

Infographics, Explained as Legos (en anglais seulement)

Adobe Spark Infographic Maker (en anglais seulement)

How to Create Infographics in Minutes – vidéo Canva (en anglais seulement)

Five Key Elements of an Infographic (en anglais seulement)



Leçon 3 – Évaluation de l'infographie par les pairs

Nom de l'élève :_____

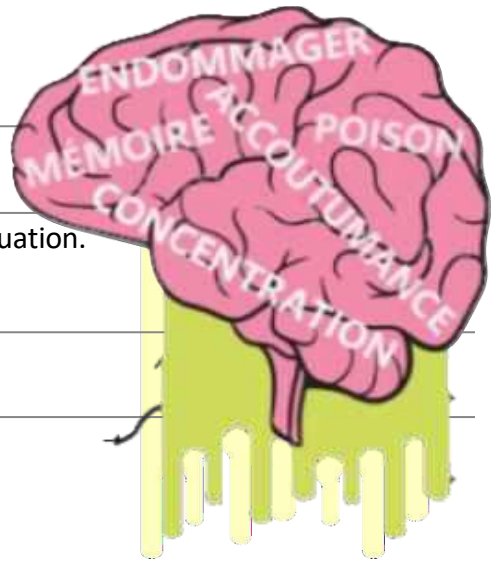
Infographie de :_____

Critères	Oui	En général	Non
Information pertinente incluse (données de recherche)			
Information claire et facile à comprendre (bien comprise après l'avoir lue ou vue une fois et pas nécessaire de la relire ou de l'examiner plus attentivement)			
Très peu d'erreurs d'orthographe, de grammaire, de majuscules et minuscules ou de ponctuation			
Visuels ou graphiques accrocheurs			
Appel à l'action créatif et efficace			

Commentaires :

Décris quelque chose qui a été bien fait.

Décris quelque chose qui aurait nécessité plus d'attention. Explique ce qu'il faudrait pour améliorer la situation.



Leçon 3 – Évaluation de l'enseignant – Enquête et infographie

Nom de l'élève : _____

Date : _____

Objectifs d'apprentissage – Enquête et infographie de l'élève

Les questions et les idées démontrent la compréhension des problèmes liés au vapotage :	○	Niveau 1	○	Niveau 2	○	Niveau 3	○	Niveau 4
L'élève est capable de résumer clairement ses recherches en utilisant des exemples précis de son enquête :	○	Niveau 1	○	Niveau 2	○	Niveau 3	○	Niveau 4
L'infographie est bien organisée et cohérente :	○	Niveau 1	○	Niveau 2	○	Niveau 3	○	Niveau 4
Les idées sont communiquées clairement pour le groupe cible (élèves de 5e et 6e année) :	○	Niveau 1	○	Niveau 2	○	Niveau 3	○	Niveau 4

Objectifs d'apprentissage – Acquisition de connaissances

L'élève fait preuve d'une écoute active :	○	Niveau 1	○	Niveau 2	○	Niveau 3	○	Niveau 4
L'élève communique ses idées clairement :	○	Niveau 1	○	Niveau 2	○	Niveau 3	○	Niveau 4
L'élève établit des liens avec les idées des autres :	○	Niveau 1	○	Niveau 2	○	Niveau 3	○	Niveau 4

Commentaires (Points forts et prochaines étapes) :

Leçon 3 – Billet de sortie : vapotage

Nom de l'élève : _____

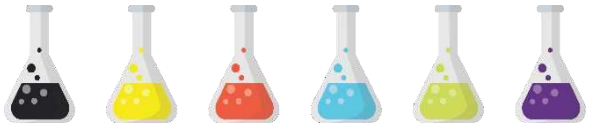
Trois choses que j'ai apprises au sujet du vapotage :
•
•
•

Acquisition de connaissances

Trois choses que j'ai apprises dans le cadre de nos discussions :
•
•
•

Réflexion personnelle

Façons de mettre mon apprentissage en pratique pour exercer une influence réelle sur les autres :
•
•
•



PAS UNE EXPÉRIENCE

Lois sur le vapotage en Ontario et au Canada

Loi de l'Ontario

En Ontario – La *Loi de 2017 favorisant un Ontario sans fumée* (LFOSF) réglemente le tabagisme et le vapotage du tabac, l'utilisation des cigarettes électroniques (produits de vapotage) et du cannabis (à des fins médicales et récréatives) afin de protéger la population de l'Ontario, en particulier les jeunes, contre les méfaits du tabac, des produits de vapotage et de la fumée secondaire (tabac ou cannabis). La LFOSF de 2017 a reçu la sanction royale à la fin de 2017 et est entrée en vigueur le 1er juillet 2018.

Les écoles : une partie importante de la LFOSF de 2017

- Fournir du tabac ou des produits de vapotage à une personne de moins de 19 ans peut entraîner des amendes commençant à 490 $. Cela inclut les cas où une personne partage des produits de tabac ou de vapotage avec un ami de moins de 19 ans. Si un adulte (y compris un parent) achète du tabac ou des produits de vapotage pour une personne de moins de 19 ans, il peut également être accusé.

- Si des cigarettes ou des produits de vapotage sont vendus (p. ex., à partir d'un casier ou d'une voiture), la personne concernée peut être accusée d'une série d'infractions, avec des amendes commençant à 365 $ pour la vente de produits à usage restreint dans un lieu interdit.

- Il est interdit en tout temps de fumer et de vapoter, y compris du cannabis, sur l'ensemble de la propriété des écoles. Cette interdiction s'applique également aux zones publiques situées à moins de 20 mètres des terrains des écoles. Les amendes commencent à 305 $ pour avoir fumé ou vapoté sur la propriété d'une école ou à proximité.

Vous trouverez ci-dessous quelques-uns des autres lieux extérieurs et intérieurs où il est interdit de fumer et de vapoter, y compris de fumer et de vapoter du cannabis.

- Terrains de jeux pour enfants et espaces publics situés à moins de 20 mètres des terrains de jeux.
- Endroits à moins de 20 mètres d'une zone sportive ou d'une aire réservée aux spectateurs (y compris, mais sans s'y limiter, les endroits qui servent au patinage, au football, à la natation et au baseball).
- Terrasses de restaurant ou de bar, aires publiques situées à moins de 9 mètres des terrasses et intérieur de ces lieux.
- Terrains d'une installation récréative communautaire, aires publiques situées à moins de 20 mètres des terrains (y compris, mais sans s'y limiter, les centres récréatifs, les arénas et les piscines) et intérieur de l'installation.
- Garderies – à l'extérieur et à l'intérieur de ces établissements.
- Terrain d'un hôpital et intérieur de l'hôpital.
- Sièges réservés en plein air (p. ex., arénas).
- Lieux de travail fermés, y compris les véhicules de travail.
- Lieux publics fermés, y compris les transports en commun.
- Aires intérieures communes des résidences à logements multiples (c.-à-d. halls d'entrée, stationnements, salles communes des immeubles d'habitation et des résidences d'étudiants).

- Intérieur d'une voiture en présence d’un jeune : les conducteurs et leurs passagers ne peuvent pas fumer du tabac ou vapoter dans une voiture ou un autre véhicule à moteur si l'un des passagers est âgé de 15 ans ou moins.

Loi canadienne

Au Canada – Le vapotage (et le tabagisme), y compris vapoter et fumer du cannabis, sont réglementés par un certain nombre de lois sur la santé publique et la protection des consommateurs. Le principal texte législatif concernant le vapotage et le tabagisme est toutefois la *Loi sur le tabac et les produits de vapotage*. Elle a été promulguée le 23 mai 2018 pour réglementer la fabrication, la vente, l'étiquetage et la promotion des produits du tabac et des produits de vapotage vendus au Canada. Le vapotage et les produits de vapotage sont devenus légaux, mais une série d'exigences prévues par la loi sont entrées en vigueur, notamment pour ce qui est de l'âge minimum pour l'achat, du marketing et de la fabrication.